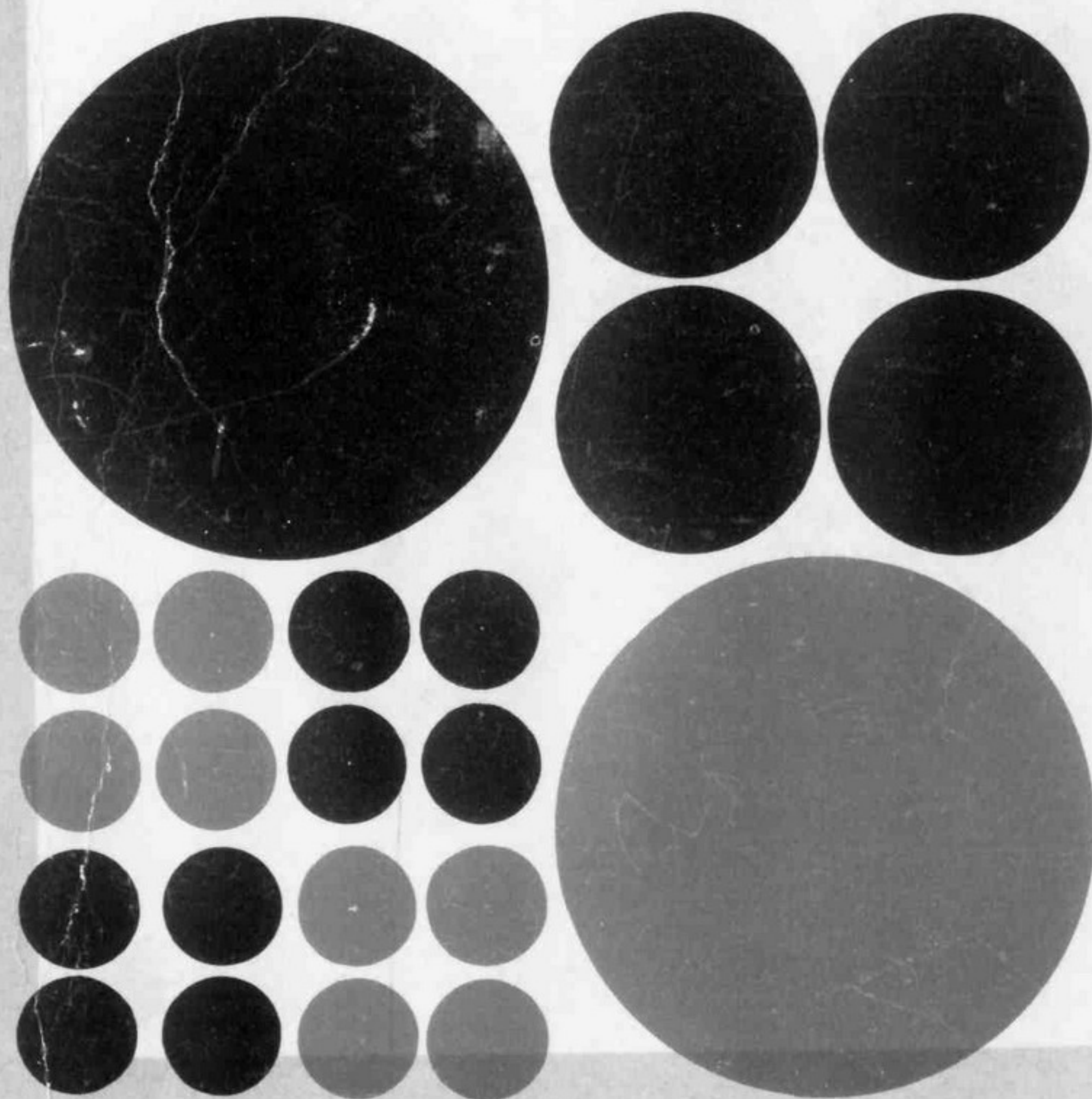


BERGHIT

1359

MASS-MEDIA ȘI EDUCAȚIA TINERETULUI ȘCOLAR



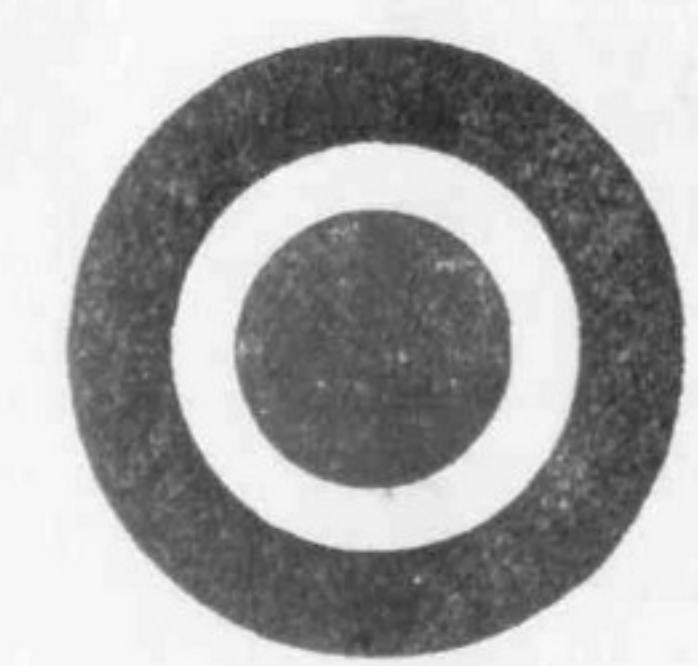
359433



261815
B.C.U. - IASI

Ioan Cerghit

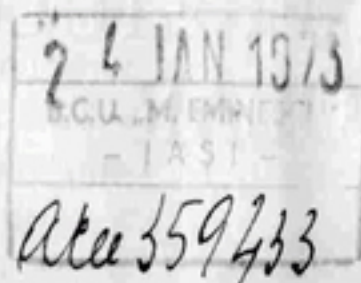
MASS-MEDIA ȘI EDUCAȚIA TINERETULUI ȘCOLAR



Editura didactică și pedagogică
București, 1972

Se impune ca încă de timpuriu școala să cultive cu atenție o sensibilitate autentică la elevi pentru problemele culturii, inclusiv pentru cele ale culturii mass-media, făcându-i capabili să tresalte în fața adevărate-
lor frumuseți, să manifeste interes și nevoia de a se întâlni cu ele; să cultive gusturile, interesele, opiniile, atitudinile și exigențele acestora pentru o cultură de înaltă ținută umanistă, premisa principală pentru un efort de autocultivare. Trebuie dezvoltat spiritul critic, promovată la elevi capacitatea de discernămint și de judecată față de un limbaj atât de echivoc cum este cel audio-vizual, obișnuința de a nu accepta fără examen critic tot ceea ce citesc, tot ceea ce aud sau văd, ajutându-i să-și însușească treptat criterii de apreciere, ierarhizare și selecție, de evaluare și sintetizare a tot ceea ce este de calitate din avalanșa de informații și mesaje care-i înconjoară.

Redactor: Lovinescu Alexandrina
Tehnoredactor: Ionescu Victoria ●
Coperta de: Poenaru Vlad



● CUPRINS

CAP. I. Mass-media — fenomen social-cultural specific societății contemporane	5
A. Revoluționarea tehnicilor de comunicare de masă și originalitatea limbajului audio-vizual	5
B. Expansiunea și caracteristicile comunicațiilor de masă	15
C. Funcții și consecințe ale acțiunii mass-media	22
D. Factori care condiționează și diferențiază efectele acțiunii mass-media	41
✧ CAP. II. Influența comunicațiilor de masă asupra mediului educativ	46
A. Implicații socio-pedagogice ale relației dintre tineretul școlar și comunicațiile de masă	46
B. Locul comunicațiilor de masă în ansamblul timpului liber al tineretului școlar	61
1. Mutații în structura bugetului de timp liber al elevilor	61
2. Mass-media în contextul celorlalte ocupații din timpul liber	69
✧ CAP. III. Comunicațiile culturale de masă și formația spirituală a tineretului școlar	99
A. Cîteva date preliminare privind configurația preferințelor, motivația lor și unele opinii ale cadrelor didactice despre influențele educative generate de mass-media	100

B. Unele consecințe ale acțiunii mass-media asupra activității și dezvoltării intelectuale	116
C. Mass-media și viața afectiv-estetică a elevului	128
D. Influențe asupra comportamentului social-moral al copilului și adolescentului	141
✱ CAP. IV. Mass-media și școala	163
Bibliografie selectivă	203

● Capitolul I

Mass-media — fenomen social-cultural specific societății contemporane

A. Revoluționarea tehnicilor de comunicare de masă și originalitatea limbajului audio-vizual

Omenirea a fost întotdeauna preocupată și a năzuit fără încetare să-și perfecționeze modalitățile de expresie, să-și îmbogățească și să-și diversifice mijloacele de comunicare în scopul generalizării și transmiterii cu mai multă eficacitate a propriei experiențe acumulate în decursul unei vaste și îndelungate activități creatoare. În mod inevitabil evoluția progresivă a culturii și civilizației a fost și va rămâne însoțită îndeaproape de dezvoltarea, pe aceeași măsură, a posibilităților și mijloacelor de comunicare interumană, menite să înlesnească omului accesul spre cele mai valoroase achiziții ale creativității și inventivității proprii sale specii, ale geniului uman. Și dacă o lungă perioadă a istoriei, mijloacele de comunicare s-au dezvoltat foarte lent, un salt revoluționar s-a produs odată cu *invenția tiparului*, în urmă cu mai bine de cinci secole. Invenția imprimeriei — în sens de poligrafie — *a deschis astfel epoca comunicațiilor de masă în care textul scris, cartea*, a servit la difuzarea timp de câteva secole, într-o formă totuși limitată, a ideilor și sentimentelor umane. Secolul al XIX-lea a dus cu sine progresul simțitor al publicațiilor periodice, a căror răspîndire a început să capete un caracter masiv. În cursul celui de al XX-lea secol și mai ales în timpul ultimelor decenii, mijloacele de comunicare de masă au făcut din nou un enorm salt calitativ. Într-adevăr, amploarea și profunzimea fără precedent a cunoașterii și a acțiunii umane contemporane,

exprimate astăzi atât de viu și de puternic în vertiginoasa revoluție științifică și tehnică pe care o trăim, au îmbogățit considerabil experiența social-istorică a omenirii, tezaurul de valori al culturii universale, și au sporit cantitativ și calitativ arsenalul mijloacelor de comunicare care stau la îndemâna omenirii; au perfecționat și au creat, în același timp, noi modalități capabile să faciliteze difuzarea și asimilarea pe scară largă a cunoștințelor și a valorilor culturii de către masele de oameni de pretutindeni.

Actuala dezvoltare a științei și tehnicii, asociindu-se unor condiții și tendințe social-politice și economice extrem de favorabile absorbției culturale*, a revoluționat pur și simplu mijloacele de informare și tehnicile de comunicare de care dispunea societatea. Prin intermediul acestora au fost revoluționate înseși datele tradiționale ale comunicării dintre oameni (René Maheu), modul obișnuit de transmitere și apropiere a informațiilor științifice, tehnice, economice, estetice și filozofice, a conținuturilor culturale literar-artistice și a valorilor social-morale. Recentă explozie și dinamică a volumului de informație care sporește cu o rapiditate nemaicunoscută, urmînd traiectoria unei curbe exponențiale, găsește o alternativă salutară în transformarea rapidă și radicală a sistemelor de comunicare, în explozia nemaiîntîlnită pînă acum a mijloacelor de informare și de comunicare care-i servesc omului să-și poată depăși propriile-i limite naturale în fața acestei revărsări de cunoștințe pe care trebuie să o întîmpine și să o domine. Alături de mijloacele tradiționale, bazate pe forța cuvîntului vorbit și scris, perfecționate și extinse și ele extrem de mult (imprimările, cărțile), au fost puse la îndemîna generațiilor de astăzi noi și extraordinare posibilități de comunicare a propriilor gânduri și simțăminte, de răspîndire a experiențelor lor celor mai înaintate.

A fost creat un adevărat univers al tehnicilor și mijloacelor moderne de comunicare și de informare în masă, expresie atât de des utilizată pentru a defini un fenomen caracteristic și organic integrat lumii noastre contemporane. În cadrul acestuia

* Avem în vedere democratizarea crescîndă a vieții social-politice.

asa-numitele *mass-media**, înțelegînd prin ele mijloacele de comunicare vizuale (proiecțiile fixe și cinematografia nesonoră), audio (radiofonia și înregistrarea electromagnetică), audio-vizuale (cinematografia sonoră și televiziunea) ca și imprimatul de mare tiraj (presa), exercită o influență și o penetrație psihologică extrem de puternică asupra elementului uman și social. Nu în zadar se spune că între celelalte cuceriri ale ingeniozității umane, cea de a doua jumătate a secolului al XX-lea este marcată și prin această afirmare la loc de frunte a comunicațiilor de masă, considerate, pe bună dreptate, un veritabil simbol al civilizației industriale.

Democratizarea culturii cu ajutorul perfecționării și promovării unor sisteme comunicaționale cît mai eficace, în continuă transformare și adecvare la cerințele și dimensiunile avîntului științei și tehnicii epocii noastre, are ea însăși semnificația unui factor de progres care impulsionează în mod decisiv evoluția efortului de cunoaștere și creație a omului, a unei forțe de accelerare a revoluției social-culturale. De aceea, pretutindeni în țările lumii se manifestă un viu interes și se întreprind importante măsuri pentru adoptarea unor sisteme

* Expresie englezească, devenită de circulație universală, *mass-media* (media=mijloc de comunicare, derivat din latinescul *medium*=mijloc, factor, legătură; *mass*=masă de oameni, public oricît de mare) desemnează un ansamblu de mijloace moderne de comunicare culturală de masă sau de diseminare a informației în rîndurile unei foarte largi audiențe publice. Este vorba de televiziune, cinematograf, radio, imprimări grafice de mare tiraj (presa tipărită — ziare, reviste ilustrate, cartea ieftină „de masă” — de tipul „bibliotecii pentru toți”, „Orizonturi”, „Știința învinge”, „arta pentru toți”, „literatură științifico-fantastică”, „broșura politică” etc., colecții de reproducere de artă, afișe, fotografii), discuri, benzi de magnetofon, diapozitive, diafilme etc. Deoarece în limba română lipsește pînă în prezent o terminologie definitiv consacrată acestui domeniu, adeseori, în loc de „mass-media” se folosește pur și simplu „media” sau „mediile”, ori „comunicațiile de masă”, „mediile de comunicare”, „mijloace de comunicație socială”, „mijloace de difuzare colectivă”, „mijloace de largă informație”, „tehnicile de transmisie colectivă a informației”, sau chiar altfel. Desigur, în ansamblul acestor mijloace, televiziunea, cinematograful, radioul ca și presa dețin ponderea cea mai mare. Ele sînt mass-media prin excelență. În cadrul lor se disting, ca o categorie aparte, mijloacele electronice și electrice de comunicare (televiziunea, cinematograful, radioul) denumite și tehnici moderne audio-vizuale, sau „medii” audio-vizuale.

comunicaționale și informaționale cât mai apropiate necesităților proprii de dezvoltare spirituală și materială a fiecărei societăți.

Fundate, în majoritatea lor, pe procedee electrice și electronice *de producere și difuzare la distanță a imaginilor și sunetelor* (sau a imaginilor asociate cu sunetele) în vederea unei *receptări colective sau individuale*, tehnicile moderne la care ne referim au îmbogățit nespuse de mult formele și mijloacele de expresie și de transcripție a mesajelor (conținuturilor*) pe care omul zilelor noastre este dispus să le transmită sau să și le însușească. Astfel, mediile audio-vizuale au reușit să perfecționeze într-atît de mult imaginea vizuală și auditivă, precum și modul ei de prezentare, încît aceasta a fost transformată cu ușurință într-o nouă „scriere”, într-o nouă formă de transmitere a cunoștințelor, la diferite nivele. *A luat naștere o formă nouă de expresie, un adevărat limbaj, înțeles ca modalitate de exprimare cu totul specifică* (expresie cinematografică, expresie audio-vizuală). Este un limbaj ale cărui elemente principale nu sînt nici imaginile obișnuite, nici cuvintele verbale sau scrise, ci *imaginile audio-vizuale în mișcare* (137), în fond, adevărate sisteme compuse din semne care obligă să fie „citite”, descifrate, interpretate (decodificate) prin intermediul unor operații mintale mult mai complexe decît cele solicitate de imaginea grafică tradițională și care tind să se apropie, însă numai pînă la un anumit punct, de cele evocate de limbajul cuvîntului vorbit sau scris.

Datorită tehnicilor audio-vizuale (și în special cinematografului și televiziunii) pentru care imaginea constituie adevărata lor substanță, modul de comunicare privilegiat, aceasta a încetat de a mai fi doar un substitut al realității, al lucrurilor și fenomenelor pe care le reprezintă, o simplă ilustrare doar, adăugată celor exprimate pe calea cuvîntului. În noile condiții, imaginea (uneori sub forma unei suite de imagini) este tot mai

mult asimilată cuvîntului, unei propoziții, unei fraze; ea a fost ridicată, oarecum, la același rang cu cuvîntul scris, și prin aceasta a căpătat virtuțile unui veritabil instrument de informație, de comunicare a unui mesaj; a devenit un vehicul eficace al conținuturilor culturale, al culturii.

Imaginea, care în primele secole ale istoriei nu a jucat decît un rol excepțional, accesoriu, fiind privită doar ca o modalitate de fixare a gândirii, de materializare a gîndurilor sub forma reprezentărilor grafice și sonore, a cunoscut, odată cu civilizația tehnică a secolului al XIX-lea și mai ales al XX-lea, acest fulgerător progres la care sîntem cu toții martori și beneficiari direcți. Găsind în dezvoltarea tehnicilor moderne și în condițiile vieții actuale serioase încurajări și facilități, asistăm la un adevărat fenomen de supraabundență a imaginilor, la *erupția sau inflația imaginii*, care a cuprins lumea noastră cotidiană și cultura. Nu numai că și-au asigurat, astfel, omniprezența lor, că le întîlnim pretutindeni în jurul nostru, dar mai presus de toate acestea (imaginile vizuale și sonore) au încetat să mai fie doar unice complemente minore ale gîndirii, dobîndind noi funcționalități pe planul cunoașterii și al comunicării umane. Ele și-au asumat rolul de a transmite ori de a comunica informații și idei, gînduri și sentimente, sensuri și semnificații; au devenit modalități sui-generis de influențare directă sau indirectă a inteligenței și sensibilității omului modern, a psihologiei individuale și colective, și mai mult decît atît, a comportării milioanele de oameni. Așadar, substituirea realului prin imaginar a dat posibilitate ca realul să devină comunicabil (Albert Béguin), să rămînă actual și prin aceasta să poată înfrîuri formația spirituală a omului și viața culturală a societății.

Privite în această ipostază, imaginile apar ca hieroglifele timpurilor moderne, ca alfabetul celui de al XX-lea secol, ca limbaj specific acestei epoci noi, atît de avidă de cunoaștere și de înnoire. Luate ca sistem generalizat de semnificații, imaginile „beneficiază de faptul că nu cunosc granițe lingvistice, asigurîndu-și astfel un important atu în raport cu cuvîntul” (39, p. 74); ele au dat naștere unui *limbaj universal*, suplu și bogat, incomparabil mai accesibil înțelegerii tuturor. Sensul revoluționar al mediilor audio-vizuale constă tocmai în rolul lor decisiv pe care l-au jucat în evoluția funcției de comunicare a

* Se întrebuințează termenul prescurtat de „mesaj audio-vizual” pentru a desemna ceea ce se transmite prin emisiunile de televiziune și radio, sau cu ajutorul filmului, diafilmului și diapozitivului, a benzii magnetice și discului etc. (Cf. „Actes du Troisième Congrès International de l'UER sur la Radio et la Télévision éducatives”, O.R.T.F., Paris, 8—22 mars, 1967).

imaginii, ceea ce a făcut să crească importanța ei în cultura, știința și educația contemporană, să devină acel limbaj care se adresează tuturor oamenilor, de pretutindeni. Dar odată cu aceste transformări de profunde semnificații în planul vieții sociale și umane, „mașina” care poate să „vadă” și să „audă” în locul omului și de care el se poate servi după propriile-i dorințe și necesități în actul cunoașterii, a intrat ea însăși, direct și activ în procesul de comunicare interumană (Wilburn Schramm). Aceasta înseamnă că odată cu apariția tehnicilor audio-vizuale putem spune, pe drept cuvânt, că descoperirile tehnicii celei mai avansate ale electronicii au putut să fie convertite în puternice mijloace de comunicare de masă (35, p. 151) și, în ultimă analiză, într-un fapt de cultură și civilizație cu totul aparte, care răspunde unor necesități vitale ale epocii căreia îi aparținem.

Limba imaginii și adoptarea ei ca limbă universală a contribuit, astfel, în mare măsură, la transformarea civilizației noastre într-o „civilizație vizuală” (G. Gusdorf), la transformarea lumii contemporane într-o „lume a civilizației vizuale”. Revine comunicațiilor de masă, în special tehnicilor audio-vizuale, meritul de a fi grăbit formarea acestei noi civilizații și culturi — aceleia a imaginii — găsindu-și în modul acesta o înfăptuire tot mai deplină previzionara afirmație a lui Abel Gange care încă din 1925 atrăgea atenția în scrierile sale că „timpul imaginii a venit”. Și această eră a comunicării iconografice nu este un simplu accident istoric, cum remarcă H. Dieuzeide, ci un fenomen real care participă efectiv la mișcarea generală a civilizației și culturi în scopul înnobilării omului și a caracterului său (47). Trecutul istoric ne arată doar că din necesități specifice comunicării, cunoștințele au fost fixate pe suporturi diferite și transcrise în limbaje variate, inteligibile pentru beneficiarii potențiali ai acestora, care la rândul lor au învățat să le descifreze. Opțiunea asupra suportului și a structurii mesajului a evoluat de-a lungul timpului în funcție de gradul dezvoltării tehnice și culturale. Potrivit renumitului filozof canadian M. McLuhan, (102) teoretician al comunicațiilor moderne, s-a trecut treptat de la o cultură sau civilizație orală (al cărei mijloc de comunicare este vorbirea și ar corespunde erei manuale), la una vizuală (care folosește

scrierea ca mijloc de comunicare și ar corespunde erei predominată de mecanică) și în cele din urmă la cea orală-vizuală (căreia îi sînt specifice mijloace de comunicare electrice și electronice, proprii celei de a doua jumătăți a secolului al XX-lea). Pornind de la asemenea considerente sîntem îndreptățiți să afirmăm că realitatea culturală și educativă a contemporaneității se distinge, nu numai prin conținutul și valorile noi pe care le promovează, prin dinamica ei însăși, ci și prin formele, căile și mijloacele prin care ea se impune și se realizează ca forță de înfrîurare a vieții social-spirituale.

În mod inevitabil comunicarea cu ajutorul tehnicilor audio-vizuale duce la sporirea „consumului” de imagini, la creșterea fără precedent a schimbului și circulației mesajelor imagice (a conținuturilor transportate de imagine, non-logicizabile, ecto-semantic). Ca atare, crește componenta imagică, neverbalizată a culturii spirituale a epocii, ceea ce pune în discuție viitorul însuși al supremației civilizației cuvîntului. Și intradevăr, în jurul acestei situații se formulează numeroase semne de întrebare, se emit multe păreri, uneori foarte contradictorii. Mulți se întreabă, de exemplu, dacă nu cumva această ascensiune a imaginii ar putea să însemne că ne aflăm într-un moment în care începem să asistăm la crepusculul civilizației „superioare” a cuvîntului; mulți își pun întrebarea dacă nu cumva ascensiunea civilizației imaginii ar putea să însemne apusul unei lumi orientate bibliocentric, ceea ce ar aduce după sine încheierea întregii aventuri umane începute cu Homer, Socrate și Platon, aventura omenirii care a creat discursul rațional, știința, poezia și atîtea alte lucruri (120). Desigur, necesitatea de a da un răspuns corespunzător acestor întrebări însoțite de un evident sentiment de neliniște ne pune în fața uneia dintre problemele filozofice și psihologice cele mai spinuoase, dar în același timp fundamentale. Este aceea a opoziției dintre cuvînt și imagine, dintre verb și sens. O rezolvare și înțelegere corectă a acestei realități ar putea să ne ofere răspunsul dorit, să arunce o rază de lumină asupra încercărilor ce se fac astăzi de a descifra sensul multiplelor implicații ale acțiunii mass-media asupra evoluției psihologice a omului de mîine.

Deși, nu sînt puține acele păreri pesimiste exprimate de anumiți gînditori care, îngrijorați uneori peste măsură de presiunea imaginii, vorbesc despre existența unei adevărate „crize” a limbajului vorbit și a gîndirii conceptuale, cu rezultate nefavorabile asupra dezvoltării umane, totuși, cei mai mulți oameni de cultură înclină să manifeste o atitudine încrezătoare în viitor. Mulți cercetători cred că prin dublarea cărții — ea însăși un străvechi și veritabil mass-medium — de către televiziune, cinematograful, radio etc. s-ar putea ajunge mai degrabă la restabilirea unui echilibru spiritual pierdut, zduclinat în trecut, datorită excesului unei civilizații a cuvîntului vorbit sau scris, a cărții, a tehnicii tipografice față de alte modalități de comunicare.

În acest sens se cuvine să amintim aici că și cuvîntul și imaginea sînt moduri de organizare a reflectării lumii și a atitudinii umane față de ea. Fiecare realizează, însă, în mod diferit, original, această organizare, cu consecințe tot atît de diferite. Cuvîntul, ca formă generalizată a reflectării, a dus la dezvoltarea rațiunii, dar a sărăcit viața afectivă; cuvîntul scris, cartea, a stimulat dezvoltarea intelectuală, dar a contribuit la declinul sensibilității. Imaginea, dimpotrivă, ca formă negeneralizată de reflectare, are o misiune mult mai limitată în procesul de cunoaștere (dedusă din rolul limitat al intuiției). Ea nu face apel la funcțiile cele mai elevate ale psihicului uman, la rațiune; în schimb, suscită într-un grad mult mai mare afectivitatea decît cuvîntul și, deci, are o înfrîngere directă asupra sensibilității umane; limbajul audio-vizual, un limbaj de mai mare încărcătură emoțională, contribuie în mai mare măsură la cultivarea sensibilității, a laturii afective și emoționale a personalității. „În timp ce lectura ne transmite mesaje sale prin intermediul conceptelor, mijloacele audio-vizuale ajung la individ fără a trece prin canalul conceptual; ele ating direct sensibilitatea” subliniază profesorul de sociologie de la Sorbona, M. J. Cazeu (23). Părerile defavorabile la adresa mediilor moderne audio-vizuale, suspiciunile și temerile la care ne-am referit îmi au originea, așadar, în însăși neîncrederea exprimată în imagine, în intuiție și, opus acesteia, în recunoașterea supremației rațiunii, a logicii. Alături însă de aceste neliniști cu privire la viitorul „civilizației cuvîntului și a

rațiunii”, care ar fi tot mai mult uzurpată de „civilizația imaginii”, se afirmă tot mai puternic încrederea în faptul că mass-media tind să restabilească în drepturi reale ecto-semantice și prin aceasta să ducă la stabilirea unei anumite armonii între cuvînt și imagine. Prin unitatea lor, cuvîntul și imaginea ar reuși, astfel, să compenseze neajunsurile pe care le are fiecare în parte, luate separat. Privind lucrurile pe planul general al vieții sociale, se observă că mărirea continuă a componentei verbalizate a culturii spirituale, impusă de dezvoltarea creației științifice și tehnice, ar fi deci, însoțită și întregită în mod dialectic, de o sporire fără precedent a componentei imagice, neverbalizate (comunicarea muzicală, plastică-picturală, sculpturală, decorativă etc.), impusă de explozia mass-media și crescută și ea în proporții asemănătoare (12, p. 49). Este o tendință care se conturează cu tot mai multă claritate în țările industrializate, dezvoltate, unde, printre ocupațiile din timpul liber, pe primul loc se plasează cele consacrate intrării în contact cu diferitele forme de mass-media: audițiile muzicale, vizionarea filmelor și spectacolelor televizate, lectura revistelor ilustrate ca și vizitarea expozițiilor, cercetarea muzeelor etc. Timpul socialmente afectat „consumului” de imagini este în continuă creștere și poate tocmai această constatare l-a determinat pe A. Ayfre (după P. Apostol, 12, p. 52) să vorbească despre o adevărată conversiune la imagini și despre o schimbare a structurii culturii noastre în mod preponderent literare.

Prin urmare „civilizația imaginii” nu-și face loc în istorie neapărat prin înlocuirea „civilizației scrisului”; afirmarea crescîndă a culturii iconografice și colective nu înseamnă neapărat declinul sistemului unei culturi tipografice și individuale. Mai degrabă ea prevestește sfîrșitul unilateralității unei culturi cu precădere literare, în favoarea dezvoltării unei culturi mai echilibrate, în contextul căreia comunicarea unidimensională a cuvîntului — arată P. Apostol — tinde să se transforme într-o comunicare polidimensională și totală, care redă imaginii audio-vizuale demnitatea ei spirituală.

Îmbinarea celor două culturi este menită, fără îndoială, să dea o altă înfățișare culturii contemporane. Dar o asemenea reconstrucție a culturii nu poate să nu fie urmată de o reconstrucție similară a personalității spirituale a omului. Faptul că

În viitor se va impune o comunicare umană totală, logică și exologică în același timp, bazată, deci, pe o echilibrare mai bună a cuvântului și imaginii, nu poate să rămână lipsită de importanță pentru structura spiritualității umane, să nu influențeze direct mai ales latura afectiv-sentimentală a acesteia. Ea marchează debutul unei ere mai potrivite cu natura omului — cum spune McLuhan — decât cele aproape patru veacuri dominate de monopolul cărții, de bibliofilia monocordă și suverană. Este o epocă în care recurgerea la tehnologia audio-vizuală de comunicare ar contribui efectiv la restabilirea unității dintre sensibilitate și intelect, dintre afectiv și rațiune*. De altfel, imaginea audio-vizuală prin însăși natura ei, arată J.-P. Sartre în „*l'imaginaire*”, reprezintă o sinteză fericită a afectivității și a cunoașterii, și în ultimă analiză a folosi tehnicile moderne care o vehiculează însemnează a face jocul acestei împletiri între afectiv și cognitiv. Față de cuvântul spus, imaginea are virtualități suplimentare și prin ele se impune ca o nouă școală a spiritului. Imaginea ar aduce cu sine tocmai această polidimensionalitate spirituală, prefigurată în modelul de om „total, universal, omilateral” imaginat de Marx.

Intruchiparea unui asemenea echilibru în viața individuală sau socială este de o importanță excepțională pentru viitorul omului. Eminentul savant englez Bertrand Russel susținea, nu demult, că afectivitatea trebuie să țină pasul cu gândirea, cu dezvoltarea intelectului, dacă omul vrea să crească în ansamblul său, odată cu lărgirea cunoașterii sale. Discrepanța nu ar fi niciodată de dorit. Cunoașterea în sine, acumularea doar de cunoștințe, nu este suficientă pentru crearea omului desăvârșit. Numai o cunoaștere imbinată armonios cu o cultivare a sensibilității îi va putea conferi omului înțelepciunea, care este, desigur, mai prețioasă decât orice bogăție. Și „omenirea — con-

* Prin oralitatea ei, arată Henri Wald, vorbirea organizează reflectarea globală și indistinctă, programatică, afectivă și intelectuală a unității dintre fenomen și esență; dimpotrivă, scrierea organizează reflectarea analitică și distinctă a unității dintre fenomen și esență, stimulând dezvoltarea intelectului în detrimentul sensibilității... În sfârșit, mijloacele electronice de comunicație organizează reflectarea sintetică și distinctă a unității dintre fenomen și esență, restabilind bi-dimensionalitatea omului (154, p. 1391).

chidea ei — are mai multă nevoie decât oricând de înțelepciune” (122). Privite din aceste unghiuri de vedere, revoluționarea comunicațiilor de masă și dezvoltarea tehnologiei audio-vizuale cu primatul limbajului ei imagistic ne apar mai degrabă ca un factor de progres care slujește „umanizării umanității”, care contribuie la înălțarea omului, dacă vom ști să le punem în slujba acestui ideal.

B. Expansiunea și caracteristicile comunicațiilor de masă

1. Pentru a ne da seama de importanța covârșitoare a fenomenului „comunicațiilor sociale”, este absolut necesar să aruncăm o privire de ansamblu asupra proporțiilor pe care le-a luat extinderea mijloacelor respective pe suprafața întregului glob pământesc, deci și la noi în țară. Datele statistice existente reflectă foarte bine și cu suficientă forță de convingere amploarea „exploziei comunicaționale” care marchează triumful comunicațiilor de masă, realizare care nu se situează cu nimic mai prejos de nivelul celorlalte cuceriri ale științei și tehnicii moderne.

Astfel, *Anuarul statistic al U.N.E.S.C.O. din 1970* (10) ne redă o panoramă extrem de interesantă pe ultimii ani asupra aspectelor cantitative, a tendințelor de creștere și a ariei geografice de răspândire a noilor medii. De exemplu, în 1969, pe întregul cuprins al Pământului existau nu mai puțin de 251 milioane de televizoare, cifră de peste 8 ori mai mare decât cea a anului 1953.

(Deja în 1970 numărul tuturor televizoarelor înregistrate în lume depășea cifra de 270 milioane — după revista „*Television Digest Factbook*”, citată de „*Scnteia*” nr. 8761, din 19 aprilie 1971 — ceea ce atestă popularitatea și răspândirea de care se bucură micul ecran în zilele noastre. Aceeași sursă menționează că numărul țărilor cu emițătoare de televiziune proprii se ridică, în același an, la 131 și că aproximativ 2 790 de stații de televiziune emiteau imagini alb-negru sau în culori, care la rândul lor erau retransmise cu ajutorul a 7 540 de relee și sateliți de comunicație în toate colțurile lumii.)

Numărul total al posturilor de radio receptoare a crescut și el fără încetare, atingând în 1969 importanta cifră de 653 milioane. Proportii însemnate a atins numărul sălilor de cinema și al altor genuri de cinematografe (cele în aer liber), al producțiilor de filme și mai ales al frecventărilor cinematografului. Activitatea editorială a cunoscut și ea o dezvoltare impresionantă. În 1969 au fost publicate în întreaga lume aproape 500 000 de titluri, ceea ce reprezintă o creștere cu cca. 70% față de 1955. Dintre acestea, 7 680 de titluri aparțin ziarelor cotidiene și aproximativ 22 000 de titluri revin necotidienele (revistelor periodice). Tirajul ziarelor și revistelor este de aproape o jumătate de miliard de exemplare la o singură apariție.

Această tendință de creștere continuă a comunicațiilor de masă este, fără îndoială, un fapt încurajator, deoarece aduce după sine un progres cultural incontestabil, numai că distribuția lor în spațiu rămâne încă în foarte multe privințe nedreaptă, atita vreme cât din cele aproape 3 miliarde și jumătate de oameni care populează planeta noastră, doar o parte beneficiază de aceste progrese. Privind în perspectivă, se poate, totuși, presupune că nu peste mulți ani se va putea ajunge la o echilibrare mai apropiată a repartițiilor.

Situația de la noi din țară atestă o evoluție progresivă, de la an la an, a răspîndirii comunicațiilor moderne.

Anuarul statistic al Republicii Socialiste România — 1971 (11)
consemnează pentru anul 1970 următoarea dinamică:

Televiziune:	Radio (abonamente):
1950 —	1950=300.000
1960= 55.000 televizoare;	1960=1.283.000
1970=1.484.000 televizoare	1970=2.241.000
<i>Radio și radioficare împreună (abonamente)</i>	
	1950= 313.000
	1960=2.008.000
	1970=3.075.000

Numărul cinematografelelor a crescut și el simțitor, de la 1 296 în 1950, la 3 350 în 1960 și la 6 275 în 1970; spectacolele cine-

matografice au înregistrat în 1950 cifra de 285 000, în 1960 de 1 083 000, iar în 1970 de 1 931 000; frecventarea cinematografelelor a crescut de la 52 361 000 spectatori în 1950, la 165 861 000 în 1960 și la 198 739 000 în 1970. În ceea ce privește producția cinematografică, în 1970 au fost realizate în țara noastră 39 de filme de lung și scurt metraj, 160 de filme documentare și științifice, precum și 76 jurnale cinematografice. Totalul titlurilor de ziare de informare generală înregistra în 1970 cifra de 76, cu un tiraj anual de peste un miliard (1 137 258 000) exemplare, iar alte publicații periodice 622 de titluri, cu un tiraj anual de 200 milioane (195 790 000) de exemplare.

Din cifrele la care ne-am referit rezultă cu claritate că principalele medii de masă, ca și alte mijloace inedite de difuzare a informațiilor și a conținuturilor culturale, cunosc o mare și rapidă răspîndire pretutindeni în lume, ca și la noi în țară. Ele au împînzit în ultimele decenii Terra, au pătruns în viața noastră zilnică, punînd mai mult sau mai puțin stăpînire pe ambianța social-culturală în cadrul căreia ne ducem existența și activitatea. Prezența lor într-o cantitate crescîndă și pe o arie atît de imensă se înscrie într-o evoluție inevitabilă și ireversibilă a procesului cultural-educativ, care reflectă dialectica generală a omului și mediului tehnic pe care el și l-a creat. „Media“ au devenit elemente fundamentale ale relației omului cu lumea înconjurătoare, fac parte din tehnologia de comunicare și informație specifică epocii în care trăim. „Am putea spune că, practic, nu mai există astăzi viață socială în afara comunicațiilor de masă“ (16 p. 122). Creîndu-și modalități specifice prin care realizează comunicarea, mass-media se impun și sînt folosite de om nu ca simple bunuri ale civilizației actuale, nu ca niște lucruri luate în sine, ci ca mijloace posibile și eficace de apropiere a culturii, a valorilor unei culturi cît mai înalte cu putință. Și extinderea lor înseamnă extinderea însăși a orizontului intelectual și spiritual al umanității.

Procesul exploziv al dezvoltării și extinderii noilor comunicații a generat, totodată, și unele schimbări fundamentale în existența, diversitatea și producerea de ansamblu a diferitelor mijloace de informare și comunicare în societatea contemporană. Mass-media, referindu-ne cu precădere la tehnicile audio-vizuale, ocupă astăzi un loc analog cuvîntului scris, cărții,

care lung timp a dominat răspîndirea culturii, a științei și a literaturii, avînd monopolul intercomunicației umane. Dar cartea se vede tot mai mult concursată de noile mijloace. Această nouă instrumentație comunicațională creează serioase mutații, deoarece în împrejurările date, obiectul cunoașterii și al trăirii se constituie și el acum în cu totul alte condiții, deosebite, decât cele care sînt specifice contactului direct cu realitatea, cu faptul cultural tradițional sau comunicării cu ajutorul cuvîntului scris, al lecturii cărții. Dar asupra unora dintre aceste aspecte vom reveni pe parcurs.

2. Există trăsături comune care caracterizează acțiunea tuturor mijloacelor comunicaționale de masă, cum se găsesc și numeroase particularități care le diferențiază și le nuanțează mai bine personalitatea și aportul lor specific. Reținînd într-o formă succintă ceea ce le aparține ca trăsături generale, vom putea face constatarea că aceste mijloace se bucură de:

— *omniprezență și publicitate*: mesajele lor se găsesc pretutindeni, sînt omniprezente în decorul vieții cotidiene, au o răspîndire extrem de largă, neîngrădită; stau la dispoziția oricui, oriunde ar fi; le întîlnim la fiecare moment;

— *ritmicitate și periodicitate*: avem în vedere apariția cu regularitate a ziarelor și revistelor; transmiterea în același mod și de regulă la aceleași ore a emisiunilor de televiziune și radio, ceea ce face ca același mesaj să fie pretutindeni receptat în aceeași formă și în același moment; schimbarea periodică a filmelor de pe ecranele cinematografice etc.;

— *universalitate*: conținuturile vehiculate se disting prin complexitate și multilateralitate, reprezentînd cele mai variate domenii, fără să se limiteze la o specializare anume;

— *putere de penetrație*: datorită tirajului de masă — în ceea ce privește presa — sau răspîndirii unui număr impresionant de aparate de radio-recepție sau de televizoare ori de aparate de proiecție cinematografică etc. aceste mijloace pătrund simultan în toate mediile sociale, au o mare capacitate de a cuprinde masele, de a se adresa tuturor și în mod direct, fără intermediar;

— *instantaneitate și actualitate în comunicare*: furnizează o informație simultan sau aproape simultan cu desfășurarea evenimentelor, oferă o informație la zi, de ultimă oră, redau opiniile și întîmplările proaspete, recente;

— *accesibilitate*: în majoritatea cazurilor conținuturile difuzate sînt relativ stereotipe, uniforme; sînt făcute pentru un public larg, de masă, se adresează lumii în general și sînt redactate pe înțelesul tuturor; altele unele conținuturi sînt adaptate unui anumit public, unor anumite categorii sociale mai largi care se deosebesc ca vîrstă, preocupări socio-profesionale etc. (ex. presa pentru copii și tineret, emisiunile pentru cei mici etc.) din punct de vedere material sînt puțin costisitoare și de aceea stau la îndemîna oricui; mass-media au ieftinit considerabil consumul bunurilor culturale la nivelul receptorilor;

— o bună parte dintre ele — presa, radio-ul, televiziunea — devin o *activitate culturală la domiciliu* și acest fapt nu este de loc lipsit de importanță și de semnificații psihologice și sociale (77).

Pe acest fond comun, fiecare mijloc tehnic audio-vizual de care ne ocupăm își afirmă originalitatea lui, fiecare acționează cu modalitățile sale specifice de expresie, cu limbajul său, după legi proprii de creație și de recepție; fiecare creează un anumit tip de public — cititor al presei, telespectator, radio-ascultător, spectator de film —; fiecare își aduce contribuția proprie în ansamblul acțiunii mass-media.

Astfel presa — cotidiană și cea periodică (ilustrată din abundență, și nu cea de specialitate) este unul din cele mai vechi și mai răspîndite mijloace de comunicație de masă. Suportul presei este cuvîntul scris; ea transpune sau reflectă lumea reală în simboluri scrise. Presa de mare tiraj, cu prețul ei atît de accesibil, aduce cu sine răspîndirea în masă a scrierilor, generînd un public cititor aparte, „un gen de receptare a scrisului și de influență prin scris în proporții de masă“ (77). Comunicarea prin presă se bucură de profunzime și de un mare prestigiu. Lectura presei solicită o participare mentală mai activă și o atenție mai concentrată decât receptarea unei emisiuni de radio sau televiziune. De asemenea, presa se poate adapta

mai ușor diferitelor categorii de cititori, diversificându-și foarte mult profilurile.

Față de presă, mijloacele electronice de comunicare — radio-ul și televiziunea — au câștigat prin *rapiditatea și operativitatea* cu care își informează publicul, însușiri care uneori capătă caracterul de simultaneitate, ca în cazul transmiterilor directe. La aceasta se adaugă *concizia și caracterul concret al informației* comunicate. Apoi, în timp ce parcurgerea unei lecturi poate fi încetinită, întreruptă sau reluată după voie, receptarea emisiunilor de radio sau televiziune se face într-un timp și într-un ritm alert, care ne sînt impuse, independent de ascultător sau telespectator, încît acesta este nevoit să facă un efort special de adaptare pentru o recepție corespunzătoare și în timp util. Dacă emisiunile sînt nelimitate în spațiu, în schimb ele sînt limitate în timp, au caracter efemer, sînt ireversibile.

Radioul, acest „jurnal vorbit“, se adresează unui singur simț — auzul. El transpune sau reflectă lumea prin intermediul simbolurilor verbale și al sunetelor (îndeosebi muzica). Prezintă avantajul că oferă comunicările informative într-o formă mai simplă decît presa și televiziunea și într-un „ambalaj“ mai agreabil, mai accesibil, înconjurat de emisiunile de muzică, literatură, varietăți etc. (49). În plus, urmărirea unor emisiuni, cum ar fi cele de muzică ușoară și populară, nu reclamă o concentrare exclusivă a atenției, întreruperea oricărei alte activități, ci poate să aibă loc și ca acțiune secundară concomitent cu executarea altor îndelungate (casnice, de exemplu), a altor ocupații și activități (în timpul excursiei, călătoriei etc.).

Cinematograful, cel care a pregătit și deschis perspectivele televiziunii, se impune prin însăși natura sa ca artă, ca cea de-a șaptea artă, în fond o sinteză artistică, singurul mijloc de comunicație de masă care își poate aroga acest drept. Cinematograful în sine este definit ca artă a imaginilor în mișcare (animate), ca artă care reușește să simuleze, să reproducă mișcarea autentică a realității sau să creeze, prin mijloace artificiale, iluzia realității. Mișcarea constituie prima însușire estetică a imaginilor de pe ecran. „Reprezentarea mișcării — spune Einstein — este rațiunea existenței cinematografului, principala sa însușire, expresia fundamentală a genului său“ (după Marcel Martin, 100). Datorită acestei proprietăți filmul reușește să per-

fecționeze considerabil puterea de sugestie a imaginii, să redea realitatea mai viu, mai plastic, mai plauzibil decît cuvîntul verbal sau scris. Prin limbajul său universal, prin mulțimea de mijloace și procedee tehnice proprii de expresie, filmul are posibilități nebănuite de transcripție și transmitere a informației, a gândurilor și sentimentelor umane. Imaginile filmice pot concentra timpul și spațiul sau, dimpotrivă, îl pot extinde; pot încetini sau accelera mișcarea, prezentarea evoluției oricărui fapt, fenomen, eveniment etc.; pot descompune, detașa și supune analizei momentele sau părțile dintr-un întreg, ajutîndu-ne să cuprindem ceea ce este semnificativ, cum tot atît de bine poate reda globalismul, sinteza experiențelor umane; pot mări sau micșora aspecte ale realității înregistrate pe peliculă etc. Mai mult ca oricare alt mijloc filmul captivează, acaparează într-un mod specific ființa spectatorului, pune stăpînire pe ea și o atrage, cel puțin pentru un moment, în vîltoarea unor trăiri de mare tensiune sufletească (77).

În fine, televiziunea constituie unul dintre cele mai moderne, complexe și eficiente mijloace de comunicare la distanță. Nici un alt mijloc nu este atît de multilateral și de bogat în formele de comunicare cum sînt emisiunile televizate. Ea realizează transpunerea și reflectarea lumii reale cu ajutorul imaginilor și sunetelor. Este „medium“ care exercită o influență calitativ deosebită asupra publicului, mai puternic decît oricare alt mijloc, tocmai prin faptul că beneficiază de puterea de impresiune și de convingere pe care o are imaginea îmbinată cu sunetul. Atunci cînd o știre sau o comunicare ori informare este însoțită de imagine, ea cîștigă în autenticitate, devine concretă și apropiată, este probantă și mai viu trăită. Superioritatea televiziunii (ca și a cinematografului) constă și în faptul că ea se adresează deodată celor două simțuri — văzul și auzul — cele mai active, mai intim legate de activitatea intelectuală și mai influente pentru comportamentul omului.

Introdus în intimitatea căminului familial, televizorul transformă locuința noastră în sală de concert, sală de spectacol, aulă universitară, stadion de festivități sportive etc.; aduce, deci, informația și distracția la domiciliu, aduce spectacolul la consumator, prezintă universalul în instantaneu. Prin aceasta televiziunea reprezintă pentru telespectatori o mare economie

de timp, îngăduindu-le să privească și să asculte fără nici o întârziere tot ceea ce se întâmplă mai important pretutindeni în lume. Prezența televizorului creează condiții de îmbinare a vieții casnice cu recepționarea și trăirea conținuturilor bogate și interesante cuprinse în programele televiziunii. Nu în zadar televizorul este numit și „loisir la domiciliu” sau „cinematograf de casă”.

C. Funcții și consecințe ale acțiunii mass-media

Ca parte integrantă a revoluției științifice și tehnice, prezența mass-media în climatul social modern își aduce o contribuție specifică, cu totul originală, la transformările esențiale care au loc în viața social-culturală și educativă a epocii noastre; acțiunea lor exercită o importantă influență asupra vieții spirituale a colectivității, cu nenumărate implicații, directe sau indirecte, imediate sau latente, previzibile sau imprevizibile, asupra condiției umane. Datorită virtuților lor multiple, scopurilor diverse în care sînt utilizate, pluralității de funcții pe care și le pot asuma, ca și volumului imens de conținuturi spirituale pe care le pun în circulație și de care beneficiază un număr uriaș de oameni, influența comunicațiilor de masă a putut să devină, în scurt timp, una din componentele fundamentale ale vieții contemporane.

Între principalele funcții pe care mass-media pot să le îndeplinească în cadrul unei culturi date se pot enumera următoarele: a) *de informare*, b) *de culturalizare*, c) *de socializare*, d) *de educație și instrucție*, e) *de „compensare” prin divertisment și distracție*^{*}. De aici și larga lor utilizare în diferite domenii ale activității de culturalizare și educare, de instruire generală sau în viața politică etc., precum și consecințele lor tot atât de diversificate pe multiplele planuri ale formării personalității omului contemporan. Evident, distincția între diferitele funcții are un caracter relativ și mai mult artificial, di-

dactic, de prezentare. În realitate, nici una dintre funcțiile amintite nu se realizează unilateral și de sine stătător; între ele există o interacțiune continuă. Unul și același conținut prezentat poate, în raport de personalitatea receptorilor, să exercite concomitent o complexitate de funcții; să declanșeze simultan o mulțime de efecte într-o țesătură foarte complexă. Unul și același telespectator, radioascultător, cititor al presei, cinespectator etc. poate să găsească în mesajul receptat o pluralitate de funcții și să resimtă o înrîurire multiplă. Aceeași emisiune de televiziune sau de radio, același film sau pagină de ziar ori de revistă, aceeași carte de popularizare sau același disc etc. poate să fie un moment de distracție, de destindere sau un mijloc de îmbogățire spirituală, un eveniment artistic, o trăire estetică, ori un prilej de adînci reflecții, un proces de deliberare etc. (9, p. 18).

1. *Funcția informațională*. Universul omului modern este, înainte de toate, o lume a informațiilor. Un flux nestăvilit de cunoștințe se revărsă continuu și din toate părțile asupra ființei sale. În această epocă a „exploziei informației” sau a „informației totale” factorul uman se plasează, deci, într-o situație radical nouă, fiind cuprins într-o complexă rețea de comunicații informaționale.

Omul contemporan manifestă un viu și selectiv interes, în același timp, pentru diverse domenii ale activității umane; dorește să fie informat asupra evenimentelor ce depășesc micul orizont familial și local, fie că aceste evenimente și fapte sînt de natură social-politică, economică sau tehnico-științifică, fie profesională ori cultural-artistică, sportivă etc. El este dornic să se familiarizeze cu personalitățile la ordinea zilei, cu imaginea diferitelor puncte social-geografice de pe glob; este curios să cunoască desfășurarea celor mai temerare acțiuni ale semenilor săi (îndrăznețele explorări în spațiul cosmic, în abisul oceanelor, în lumea intimă a omului etc.). Cu alte cuvinte, el nutrește o dorință arzătoare de a fi la curent cu tot ceea ce se petrece în lumea largă, oriunde, proiectîndu-și existența sa pe planul întregii națiuni, al întregului Pămînt, ba chiar al Universului. Omul de astăzi pare să fie tot mai mult convins de maxima lui Pierre Teilhard de Chardin potrivit căreia „a

* În literatura de specialitate, unii autori manifestă tendința de a diversifica și nuanța și mai mult această diviziune a funcțiilor. Noi am căutat să privim sintetic aceste opinii.

fi mai mult înseamnă, înainte de toate, a ști mai mult" sau, altfel spus, a ști mai mult, înseamnă a fi mai mult. Această dorință de emancipare personală prin intermediul unui consum sporit de informație, cu o certă valoare umanizatoare, își găsește explicația, între altele, în înseși condițiile societății noastre actuale, de angajare activă a maselor la efortul constructiv și la rezolvarea complexelor probleme pe care le ridică viața socială, fiecare însuși simțindu-se atras să-și aducă propriul său aport la înfăptuirea acestora. În toate sectoarele activității umane, rezultatele obținute depind din ce în ce mai mult de posibilitățile de informare personală și calitativă; elementul de informare joacă un rol crescând în ceea ce privește luarea deciziilor sociale sau personale. Este cert, prin urmare, că din acest punct de vedere, orice limitare a informației duce la sărăcirea intelectuală, la estomparea dezvoltării capacităților creatoare, atenuând participarea maselor la gândire și acțiune conștientă. Dimpotrivă, o informație clară, profundă și promptă este menită să contribuie în mare măsură la conștientizarea acțiunii și la intensificarea transformărilor la care sîntem părtași (40). Dezvoltarea științei se află în atenția întregii societăți și transmiterea cunoștințelor ca și însușirea lor de către indivizi și grupurile sociale capătă o importanță deosebită astăzi, devine o funcție socială specifică, nouă, care depășește sfera învățămîntului.

Or, bogăția și varietatea informațiilor (generale și speciale) distribuite zilnic prin intermediul presei, radio-ului, televiziunii etc. vin să satisfacă, în bună parte, această cerință legitimă. Toate aceste informații devin, am putea spune, o hrană spirituală zilnică de care omul nu se mai poate lipsi și care satisface setea crescîndă și firească de cunoaștere, interesul și curiozitatea lui pentru tot ceea ce este nou, spre zeci și sute de noi direcții. Prin însăși natura lor mass-media sînt instrumente de informare prin excelență, sînt cele mai viguroase și eficiente mijloace de comunicare de care a dispus vreodată omenirea, capabile să informeze auditoriul cu datele cele mai folosite în raport cu cerințele societății noastre și să-l țină la curent cu întreaga mișcare de idei, din variatele domenii care se dezvoltă la noi în țară și în alte părți. Ele au provocat într-adevăr, o revoluționare în circulația și difuzarea largă a cu-

noștințelor, ca și în distribuția altor bunuri culturale; au dus la accelerarea fără precedent a circulației valorilor spirituale pe plan național și internațional, însoțită de o mare simplificare a acestei circulații și distribuții. Diversele mass-media au desființat practic distanțele, au înlăturat barierele spațiale, lărgind enorm de mult posibilitățile oamenilor de a comunica instantaneu între ei din toate punctele globului pămîntesc. Alături de alte tehnici moderne (telegraful, telefonul, ordinatoarele etc.), televiziunea, radio-ul, presa etc. vor contribui, astfel, și mai mult la sporirea intensității circulației informaționale și de idei pe ansamblul societății (prin extensiunea ariei de difuzare — ubicuitatea informației — și instantaneitatea comunicării), la difuzarea universală a științei (ca și a altor valori culturale), grăbind făurirea a ceea ce René Maheu, directorul general al UNESCO, denumeste „civilizația universalului”.

Urmare firească a captării factorului uman într-o asemenea rețea de comunicări este o transformare profundă a posibilităților de a vedea și de a înțelege lumea pentru un imens număr de contemporani ai noștri. Se poate afirma că mass-media reprezintă o fereastră larg deschisă spre Univers, spre realitate pe care omul o privește cu multă curiozitate, setos de impresii noi și dornic să pătrundă o lume necunoscută încă. Mass-media, și îndeosebi tehnicile audio-vizuale furnizează reprezentări concrete asupra prezentului și trecutului, asupra societății și naturii, asupra vieții colective și vieții intime; pun individul în relație cu lumea, cu societatea, cu el însuși; evocă din unghiuri inedite trecutul istoric (106). Am putea asemăna mass-media cu o oglindă în care se privește societatea modernă, o oglindă purtătoare de imagini ale vieții, ale omului, ale lumii, și ca atare, care a multiplicat la infinit reprezentările omului.

Caracterul de instantaneitate și de actualitate al comunicărilor accentuîndu-se, omului contemporan i se oferă prilejul să asiste simultan sau aproape simultan la desfășurarea marilor evenimente, să ia contact de fiecare dată cu documentul cel mai recent, cu informația de ultimă oră despre realitatea zilelor noastre, să cunoască stadiul sau modul ultim în care se pune o problemă sau alta. În felul acesta el este ajutat să trăiască în actualitate, să trăiască cu timpul său, să gîndească odată cu lumea căreia îi aparține, căci trebuie să recunoaștem, odată

cu informația ce o primește, el preia, de cele mai multe ori și un mod de a gândi problemele, de a judeca evenimentele care frământă omenirea. „Și ce ar fi viața noastră fără toate aceste mijloace de informare?” se întreabă academicianul Edmond Nicolau (108, p. 82).

Mass-media diversifică extrem de mult sursele de cunoaștere ale omului. Prelungind extrem de mult posibilitățile noastre firești de percepție, de observație, fac accesibilă o lume necunoscută, o lume inaccesibilă sau greu accesibilă în condiții obișnuite. Prin intermediul lor putem să pătrundem, astfel, cu văzul și auzul mult mai departe și mai adânc decât în viața de fiecare zi, putem să „...descoperim sensuri umane, reflecții ale noastre în zone ale realității pe care înainte le ignoram, fiindcă ne erau inaccesibile” (106, p. 177). Tocmai acesta este unul din marile merite ale comunicațiilor de masă, îndeosebi ale celor electronice, că reușesc să „...aducă universul la scara percepției vizual-auditive a omului, sau mai bine zis să le amplifice pe acestea la dimensiunile Universului” (106, p. 170), ceea ce adaugă o nouă dimensiune capacităților de cunoaștere ale omului, deschizând în fața lui noi și nebănuite perspective asupra lumii. Este un mod specific de a contribui la înfăptuirea a ceea ce numim „*omul extensiv*” al epocii spre care ne îndreptăm.

De asemenea, în noile medii, omul zilelor noastre găsește una din alternativele posibile care-i stau la îndemână pentru a-i înlesni eforturile de a asimila și domina o masă tot mai cuprinzătoare din imensitatea informațiilor care-l asaltează. Adresându-se deopotrivă celor două simțuri privilegiate — văzul și auzul — comunicațiile electronice audio-vizuale sporesc volumul de informație pe care îl poate dobîndi un om. Cercetări mai recente întreprinse în Europa și S.U.A. arată că omul reține 30% din ceea ce vede și 20% din ceea ce ascultă (16) și cca. 65% din ceea ce se adresează deodată ambelor simțuri (D'Elia A.). Datorită mass-media oamenii de astăzi posedă un volum de cunoștințe profesionale, politice, culturale, științifice și tehnice etc. la care nu au putut să ajungă înaintașii noștri. În sprijinul realizării unei mai bune înfăptuiri a acestei acțiuni informaționale sub egida diferitelor instituții cu caracter internațional, cum este UNESCO, au fost elaborate diferite

acorduri între state, menite să promoveze circulația materialelor vizuale și auditive cu caracter științific, tehnic, economic, estetic, educativ etc. Este adevărat însă că facilitatea obținerii informației și supraabundența ei au și un revers negativ. Asupra unor teorii de acest gen vom reveni în altă parte.

2. *Funcția de culturalizare.* Generalizarea comunicațiilor moderne răspunde unei nevoi profunde de cultură a maselor în societatea contemporană, îndeplinind în acest sens, o funcție de culturalizare extensivă și eficace, cu dublă acțiune: de apropiere a culturii de mase și invers, a maselor de cultură.

Prin intermediul televiziunii, radioului, presei, cinematografului ș.a. nu numai informația științifică, tehnică și economică pătrunde în viața de toate zilele, ci și alte valori ale culturii devin accesibile oricui și de oriunde. Folosindu-se de mass-media, fiecăruia îi sînt larg deschise porțile spre creațiile literar-artistice; datorită lor pătrund peste tot forme superioare de cultură.

Intr-adevăr, prin dezvoltarea și răspîndirea lor, noile medii de comunicare au schimbat în mod radical condițiile sociologice de expansiune culturală. Au fost înlăturate și mai mult barierele culturale dintre sat și oraș, dintre metropolă și provincie, dintre țări avansate și țări mai puțin dezvoltate; au fost desființate, de asemenea, unele stavile cultural-informaționale care în trecut creau diferențe de clasă, de nivel de cultură sau despărteau generațiile, grupele de vîrstă, sexele, grupele socio-profesionale, colectivitățile etnice etc. Prin facilitățile pe care le aduc, mass-media au accentuat în proporții considerabile „consumul” de cultură, jucînd un rol însemnat în grăbirea procesului de „democratizare” și de universalizare a culturii spirituale, care devine din ce în ce mai mult o posibilitate, tot mai ușor de realizat.

Introducînd în intimitatea casei noastre spectacolul muzical, dramatic, coregrafic și plastic, televiziunea și radioul, îndeosebi, dau posibilitate unui mare număr de oameni „...să vadă un teatru bun, un balet excelent, să asculte operă sau concert autentic, cele mai bune din lume, la nivelul metropolelor, al marilor centre culturale, de unde sînt într-adevăr emise” (77, p. 352). La îndemîna omului de pretutindeni sînt puse marile

tezaure culturale ale țării — valorile naționale — muzica sa, teatrul său, folclorul său și artiștii săi, precum și cele mai reprezentative valori ce aparțin patrimoniului cultural al altor națiuni, din domeniul poeziei, prozei, teatrului, filmului, muzicii și artelor plastice. Masele sînt tot mai bine informate asupra fenomenului artistic contemporan, favorizînd ca ceea ce este mai bun în cultură și artă să pătrundă în conștiința publicului și a noilor generații. În felul acesta este grăbit însuși procesul de integrare a tuturor compatrioților în climatul spiritual general al țării și al epocii în care trăim.

Totodată s-a lărgit enorm de mult sfera de acțiune și ponderea factorului „cultură” în formarea omului modern. Odată cu creșterea consumului de bunuri culturale, asistăm astăzi la o dinamică crescîndă a cerințelor, a gusturilor și a aspirațiilor maselor în materie de cultură și de artă. S-au lărgit și s-au diversificat foarte mult trebuințele de cultură ale maselor, cristalizîndu-se, în cele din urmă, în noi forme de comportare, în noi deprinderi ale modului de viață culturală. Este cert că fenomenul culturii de masă a modificat profund raporturile indivizilor cu cultura, cu creațiile artei. Valorile culturale și literar-artistice pe care le difuzează mass-media exprimă idei generoase și sentimente puternice, care lărgesc și adîncesc sensibilitatea și gîndirea oamenilor, îi ajută să învețe să caute, să releve, să descifreze sensurile principale ale mesajelor artistice; ele înriuesc atitudinile și opiniile, cultivă și orientează gusturile epocii, interesele și cerințele spirituale, îmbogățind modul de viață al omului.

În măsura în care mass-media vehiculează valori culturale-artistice de înaltă calitate, cu un profund conținut umanist și sînt recepționate cu sensibilitatea cuvenită (adevărată), ele îndeplinesc în aceeași măsură o funcție de înnobilitare a ființei umane; ele dau naștere simțămîntelor elevate, dezvoltă ceea ce este frumos și bun în om. Expresiei estetice îi sînt deschise șansele să se transforme în expresie etică. Prin aceasta se întregeste nu numai educația estetică a maselor, dar și formația conștiinței lor social-morale.

Noile comunicații ocupă o pondere crescîndă în dinamica vieții culturale prin însăși cultura ce o generează și o promovează cu deosebită vigurozitate. Ele au creat o cultură cu totul

specifică, o modalitate nouă de cultură, cu urmări încă greu de evaluat asupra formației spirituale a noilor generații. Este o cultură transmisă, răspîdită, recepționată și formată după legi încă puțin cunoscute. În esență avem de-a face cu un fenomen social-cultural inedit și autonom, denumit printr-un termen special, nou, strict științific și cu înțeles restrîns, „*cultura mass-media*”. Ca realitate de dată foarte recentă, acest tip de cultură este parte integrantă a *culturii de masă**, o formă specifică a acesteia și ea nu se confundă nici cu *cultura maselor* (care are un sens mai larg, un conținut mult mai bogat și divers, reprezentînd de fapt întreaga cultură a acestora) și nici cu *cultura populară*** sau cea *poporană**** care au altă origine și semnificație social-istorică și nici cu cultura în general. Bineînțeles că nici nu trebuie opusă din principiu acestora (78).

Cultura mass-media are conținuturile și valorile sale, limbajele, structurile și efectele ei specifice. Ca fenomen cultural integral ea este constituită, deopotrivă, atît din valori spirituale obiective, cît și din trăirea lor aieva, dintr-o cultură „produsă” (conținuturi, structuri de programe, limbaj etc.) cît și din una „trăită”, asimilată mai mult sau mai puțin activ (40). Mass-media reprezintă o modalitate de valorificare concretă a unei culturi date. Prin aceste valori pe care le pune în circulație, ele constituie un sistem, construit și structurat după anumite principii. Ca instrumente, „mediile” au practic o capacitate nelimitată de transmitere fie a unor conținuturi care prin specificul lor aparțin propriu-zis culturii mass-media, fie a unor conținuturi ce revin unor domenii distincte de valori (artistice,

* În literatura de specialitate unii autori identifică cultura mass-media cu cultura de masă. Alții (T. Herseni, H. Culea) fac, totuși, o distincție între acestea. Cultura mass-media ar fi o cultură specializată pentru diferitele canale mass-media, dar ea se încadrează în ansamblul culturii de masă. Este un punct de vedere la care am aderat și noi.

** Cultura populară = „cultura creată de alții pentru popor, destinată sau adresată acestuia” (63, p. 42). Este cultura creată de persoane izolate sau organizații speciale întemelte pentru a răspîndi știința și cultura în masă.

*** Cultura poporană = „cultura creată făurită sau structurată de popor; pentru el însuși, ca o însușire fundamentală a lui, ca o expresie originală a propriei sale puteri creatoare, ca o satisfacere a propriilor sale nevoi culturale” (ibidem).

literare, științifice, etice etc.). În acest ultim caz, valorile amintite sînt încorporate culturii mass-media într-o manieră specifică, sînt „digerate” după reguli proprii, sînt difuzate după ce le-au fost conferite „virtuți noi” (42, p. 732). Datorită acestui fapt apar o serie de caracteristici distincte, ce se pot evidenția atît la nivelul actului de creație, cît și al celui de valorizare, obiectivare, asimilare și subiectivizare; intervine forma (limbajul) mijlocului modern de comunicație care își impune amprenta atît asupra conținutului, cît și asupra actului de recepție. De exemplu, într-un anumit fel este angajată psihologia spectatorului care participă la un spectacol de teatru, în ambianța unei săli de teatru, în mijlocul unui public, în contact direct cu scena, cu artiștii, și cu totul altfel se va manifesta psihologia aceluia care va recepta același spectacol în fața micului ecran. În acest ultim caz fuziunea telespectatorului cu scena, cu personajele din spectacol, este mult mai slabă, mai puțin intimă; comunicarea este indirectă și univocă, iar trăirea actului dramatic pierde în intensitate și profunzime. Lipsește, de asemenea, acea contaminare psihologică a publicului din sala de teatru etc.

Privit în ansamblu și pe un plan empiric, tipul de cultură mass-media ni se înfățișează astfel, ca un conglomerat de conținuturi dintre cele mai diverse (simboluri — verbale, muzicale, morfo-psihologice, picturale — idei, imagini, pattern-uri-modele etc.) încărcate cu o mulțime de sensuri și semnificații și comunicabile milioanei de oameni prin intermediul noilor mijloace. Acestora li se asociază anumite procedee de comunicație, de expresie, de atitudini, de reacții și conduite proprii producătorului și celui cărui li sînt destinate mesajele transmise (40).

În calitate de componente ale culturii de masă, valorile difuzate prin intermediul mass-media păstrează, în ultimă analiză, caracteristicile acesteia, se supun legilor generale după care se construiește și acționează cultura trăită de mase.

Ca emanație inevitabilă a cursului realității sociale a celui de al XX-lea secol, fenomenul „culturii de masă” are înțelesul culturii „produsă” masiv și difuzată în aceleași proporții în mase, prin diferitele canale, mijloace și instituții, fie ele tradiționale (familie, școală, organizații și așezăminte culturale,

teatre, muzee, biblioteci, cluburi, formații cultural-artistice etc.), fie moderne (ziare, reviste, cinematografe, radio-televizii etc.). Este cultura „la ordinea zilei”, urmare firească și absolut necesară a progresului social-economic și tehnic al societății noastre și a nevoilor de cultură ivite pe această bază (78, p. 43). Fiecare țară angajată astăzi pe drumul industrializării, al urbanizării, al democratizării, a devenit implicit o consumatoare a culturii de masă. Este cultura care la noi în țară mijlocește o largă accesibilitate a maselor largi la asimilarea valorilor spirituale culte, aceasta în două sensuri și anume: „1) de sus în jos o intelectualitate anume zămislește pentru masă o cultură adaptată sensibilității, dorințelor și năzuințelor populare crescînd spre frumos, bine și adevăr și 2) de jos în sus, o acțiune susținută de creație culturală a maselor înseși, exprimată în efortul de a ridica treptele unei activizări culturale continue și tot mai profunde” (43, p. 327).

Conținuturile încorporate și vehiculate în cultura de masă sînt valori specifice, menite să ofere omului de rînd o orientare, o introducere pe înțelesul lui și pe măsura dimensiunilor psihice obișnuite în sfera valorilor spirituale, în lumina cărora lumea capătă sens (*ibidem*). Țelul lor principal este să ajute la ridicarea maselor de la treapta culturală atinsă, la alte trepte mereu mai înalte. Și în măsura în care comunicațiile de masă concură la realizarea acestor deziderate și la înflorirea culturii naționale, ele se dovedesc un important instrument al revoluției culturale care se înfăptuiește în țara noastră.

Este adevărat însă că opiniile despre valoarea și eficacitatea culturii de masă sînt extrem de împărțite și contradictorii. Astfel, unii culturologi consideră că lărgirea cîmpului social al culturii ar merge în mod inevitabil în dauna calității ei; că accesibilitatea ar presupune neapărat facilitate și superficialitate; că prezentarea interesantă însoțită de un moment de distracție și destindere se reduce la simplism și vulgaritate, la o goană după inedit senzational. Douglas McDougall caută chiar să formuleze un fel de „lege Gresham” a culturii, potrivit căreia cultura de masă ar fi susceptibilă să înlăture cultura înaltă și cultura populară autentică, întocmai cum moneda rea izgonește pe cea bună (12). Se uită însă că dacă se cere ca o cultură să fie universală, ea trebuie să devină, *eo ipso*, o cul-

tură de masă, ceea ce nu înseamnă că în mod obligatoriu nivelul ei trebuie să coboare. „Oricum, între cultura transmisă prin canalele tradiționale (în primul rând cartea, muzeul, sala de concert și de spectacol) și cultura transmisă prin canalele moderne (radio, televiziune, film etc.) deosebirea nu este de ordinul raportului dintre superior și inferior — susține Pavel Apostol. Nu în virtutea caracterului de masă crescut al mijloacelor de comunicare folosite se poate distinge o cultură de valoare mai înaltă de una de valoare mai scăzută. Această deosebire care, în societatea capitalistă, poate dobîndi un sens antagonic, din cauza funcției sale ideologice, apare din ce în ce mai artificială și irelevantă în cultura socialistă...” (12, p. 52) unde mijloacele de comunicare de masă aparțin poporului, iar conținuturile pe care le difuzează ele se inspiră din principiile umanismului socialist, își propun scopuri umaniste. În fond, arată Pierre Schaeffer — citat de P. Apostol — cu greu se poate distinge obiectiv cultura de masă de cultura înaltă, invocînd pentru exemplificare tragediile eline, care se adresau întregului popor (de cetățeni liberi, firește) (*ibidem*). Astăzi, în mod similar am putea spune că mass-media vin să facă accesibile cuceririle culturii și civilizației, nu să lase să se creeze o prăpastie între cîțiva savanți și creatori de artă și ansamblul populației.

În aceeași tendință a unora (E. Shils, L. Löwenthal, G. Seldes, P. F. Lazarsfeld ș.a.) de a opune „cultura înaltă” „culturii de masă”, s-a ajuns pînă acolo chiar încît acesteia din urmă i se asociază atributul de subcultură sau de pseudocultură, ceea ce ar avea evidente consecințe negative atît asupra promovării artei, cît și asupra actului de trăire a artei, a experienței artistice. Sub presiunea culturii de masă spiritul uman ar fi absorbit spre forme înguste, minore de viață culturală, ceea ce ar echivala în cele din urmă cu abrutizarea maselor. Numai că aceste precizări, chiar în condițiile culturii și realității apusene contemporane, nu au putut să fie, totuși, confirmate de fapte (vezi 39, p. 33—34 și 78, p. 324).

Mulți își pun apoi problema dacă nu cumva dezvoltarea comunicării și a răspîndirii multiple a formelor sau operelor culturii de masă nu ar avea un efect de posibilă standardizare, stereotipizare sau omogenizare a personalității umane. La

aceasta, Raymond Carpentier și alții fac observația, fără a desconsidera total asemenea riscuri, că dezvoltarea comunicării nu se traduce neapărat printr-o uniformizare a universului uman. Dimpotrivă, pluralitatea comunicărilor înseamnă pluralitatea culturilor, ceea ce face ca extinderea noilor mijloace să nu se transforme în mod obligatoriu într-un factor de nivelare a omului. Creșterea circulației informației și a valorilor culturale nu distruge personalitatea individului, ci dimpotrivă, o accentuează, favorizează diferențierea dintre oameni, fiind ea însăși o dovadă a autonomiei și libertății opțiunilor personale. Diferențele existente între grupări umane, între indivizi, precum și între trăirile unuia și aceluiași individ sînt caracteristice civilizației noastre și este probabil că celelalte civilizații nu le-au cunoscut (20). Cu alte argumente, vom reveni în paginile următoare.

c. *Funcția de socializare.* Prin natura ei, circulația atît de promptă și de cuprinzătoare a informației și a mesajelor răspîndite de tehnica modernă de comunicare reprezintă un mod specific de interacțiune socială, de stimulare și organizare a trebuinței de sociabilitate a omului. Datorită noilor comunicații de masă, care într-un anumit sens au desființat barierele spațiului și ale timpului, au micșorat nu numai distanțele geografice dintre oameni, ci și pe cele istorice; contactele dintre aceștia dobîndesc acum o diversificare, amploare și frecvență mult mai mare. Prin intermediul unei informații anonime și mijlocite, oamenii se văd, se aud, se întîlnesc mai des, chiar dacă aceste contacte devin tot mai mijlocite, mai superficiale și mai puțin autentice. Indiferent de loc, omul nu mai trăiește izolat de semenii săi. Fiecare om poate cunoaște și înțelege modul de viață și concepțiile a tot mai mulți semenii de ai săi, a tot mai multe grupuri sociale de pe toate meridianele lumii, se poate apropia de oamenii care trăiesc în oricare colț al globului pămîntesc. Omul modern se află în relații cu lumea întreagă, este la curent cu marile probleme (economice, social-politice, culturale etc.) cu care se găsesc confruntate societățile contemporane; își permite să asiste simultan sau aproape simultan (fără o participare fizică directă) la desfășurarea marilor evenimente social-politice și cultural-științifice, să fie în

contact cu acestea, să trăiască autenticitatea lor, să fie mai profund ancorat în actualitatea socială decât oricând în trecut.

Ca atare, prin intermediul „mediilor” moderne, fiecare om se simte legat de altul, interesat de celălalt, solidar cu aspirațiile și lupta pentru o viață mai bună și mai dreaptă a semenilor săi de pretutindeni; fiecare însă se simte legat prin mii și mii de fire cu statul, cu comunitatea din care face parte, cu lumea întreagă; fiecare se simte părtăș și trăiește alături de semenii săi palpațiile vieții sociale ale epocii sale, ale actualității. În conținuturile difuzate pe aceste canale, omul poate găsi motive de aderare la ideile și acțiunile sociale, sau dimpotrivă, de desolidarizare cu ele, cu societatea, de adoptare a unui act de nonconformism. Și desigur, progresul tehnic va crea noi premise pentru extinderea și complicarea unor astfel de contacte, dacă ne gândim bunăoară la perspectiva creării unui sistem de sateliți de telecomunicații, la conectarea rețelilor de computere pe scară internațională, la generalizarea unor mijloace de telecomunicații audio-vizuale. În felul acesta, potrivit părerilor lui McLuhan, lumea a devenit un imens sat (un sat global), în sensul că toți ne cunoaștem, toți participăm la aceleași evenimente, toți comunicăm. Ar fi, după părerea sa, semnul unei „retribalizări” a omenirii, iar după alții, mai degrabă al unei „mondializări”, al unei civilizații cu caracter planetar în măsura în care comunicațiile moderne reușesc să dea locuitorilor Terrei conștiința existenței pămîntene universale.

Astăzi viața social-politică ca și exercitarea oricărei democrații nu pot fi concepute și nu sînt viabile fără un schimb rapid de informații legate de evenimentele interne și internaționale, fără ca întregul popor să nu fie ținut la curent, în mod constant și adecvat, despre acestea precum și cu marile probleme ce se pun în planul activităților obștești (40). Tot mai mult sînt folosite noile tehnici în scopul înlesnirii schimbului de idei social-politice pe plan internațional, al cunoașterii, înțelegerii și apropierei reciproce între popoare, al colaborării și promovării idealului de pace și progres social.

Există apoi o experiență socială moștenită de la generațiile anterioare, precum și una care este în curs de constituire, de afirmare. Și într-un caz și în celălalt mass-media îndeplinesc

o funcție eficace fie de a facilita transmiterea și asimilarea experienței anterioare, de la generațiile mai vîrstnice către cele mai tinere, fie de susținere și întărire în conștiința și practica maselor a celei mai noi, în curs de formare. Sub acest aspect, mass-media își aduc un aport uriaș la cristalizarea și îndrumarea opiniilor, la închegarea lor într-o opinie publică instruită, fermă și puternică (77). Cu multă tenacitate, comunicațiile sociale modelează zi de zi opinia maselor, o sensibilizează la problemele majore, le formează un anumit fel de abordare a realității, contribuie la dezvoltarea convingerilor politico-ideologice, social-morale, sau a adoptării unor standarde de comportament civic socialmente convenabile (40). Această funcție formativă, cuprinsă în cea informativă, adeseori sub forma comentariilor și analizelor ce însoțesc informația propriu-zisă, orientează telespectatorul, radioascultătorul, cititorul în vîltoarea evenimentelor uneori atît de diverse și de contradictorii, ajutîndu-l să descifreze adevăratele sensuri și semnificații ale acestora, să capete o percepere și înțelegere realistă a lumii înconjurătoare, a lumii în care trăiește, a istoriei. Mass-media devin adeseori o veritabilă tribună de discutare și dezbateri constructivă a principalelor probleme ale vieții cotidiene. Ele sînt un adevărat „forum” public de „control social”, de supraveghere și de apărare a celor mai înalte principii ale umanității, de reafirmare a normelor sociale ce caracterizează modul nostru socialist de viață. Prin toate acestea, judecînd după condițiile țării noastre, mass-media se disting ca un puternic factor de legătură între generații, de orientare în viață, de integrare conștientă și activă, civică și socială a maselor în contextul societății noastre, al societății contemporane (39), de conștientizare a misiunii istorice ce le revine pe plan național și mondial.

Această multiplicare și diversificare a relațiilor individuale cu societatea, această contribuție la restabilirea unității dintre individualitate și colectivitate nu poate să fie lipsită de urmări asupra dezvoltării omului, a făuririi aceluiași om „total” despre care am mai amintit; nu se poate ca această varietate mereu mai mare și această intensitate crescîndă a legăturilor sociale să nu solicite și să nu stimuleze esențialitatea socială a omului.

4. *Funcția de educație și instrucție.* Pretutindeni, astăzi, se recunoaște importanța crescândă a comunicațiilor de masă în domeniul educației. Ele se alătură eforturilor generale ce se întreprind în fiecare țară în scopul formării și educării tinerelor generații, dând noi dimensiuni acestei nobile misiuni. Alături de școală și de alte instituții tradiționale de cultură, în țara noastră televiziunea și cinematograful, radiodifuziunea și presa ocupă un loc important în sistemul mijloacelor de educație și instrucție. Ele joacă un mare rol în realizarea vastului program de educare și formare a omului nou, înaintat, cu o înaltă conștiință socialistă, devotat cauzei partidului și insuflit de fapte mărețe și eroice puse în slujba patriei și a umanității. Așa cum arată tovarășul Nicolae Ceaușescu, ele devin un instrument puternic de promovare a normelor și principiilor noastre etice de conviețuire socială și prin aceasta, de perfecționare continuă a societății, de afirmare a dreptății și echității sociale, a modului de muncă și viață socialiste și comuniste (5, p. 65).

De fapt, noile comunicații realizează acest lucru în două feluri: în mod implicit și în mod explicit. În primul caz, elementul educativ este implicit în cel de cultură și de informație. Funcția educativă este încorporată, presupusă, în ultima analiză, în toate celelalte funcții exercitate de diversele medii și în special în cea de culturalizare, în cultura pe care o propagă în masă, căci a culturaliza, spune G. F. Kneller, înseamnă de fapt a educa și a instrui. Adevărata lor funcție educativă este aceea dedusă din valoarea artistică și semnificația profund umanistă a conținuturilor comunicate, din frumusețea și măreția idealurilor înalte de care sînt pătrunse mesajele filmelor, ale emisiunilor, ale textelor scrise etc., din abordarea problematicii societății românești și a contemporaneității universale, din reflectarea aspirațiilor spirituale și de viitor ale națiunii și ale omenirii. Fiecare film, fiecare emisiune de televiziune și radio, fiecare disc sau pagină de ziar, de revistă, de carte de mare tiraj etc. cuprinde în sine un germen de educație, afirmă și o idee educativă, ceea ce deschide nebănuite posibilități și perspective din acest punct de vedere. Fiecare dintre acestea educă aproape fără ca cei care vin în contact cu ele să-și dea seama că sînt educați. Fiecare mesaj angajează într-un fel sau

altul ființa umană nu numai într-un act de trăire afectivă, ci și de gîndire și suscitare volițională; și se presupune că angajarea generează o nouă experiență personală sau colectivă, fie de cunoaștere, fie afectivă (motivațională), fie de atitudine sau volițională (comportamentală), ceea ce de fapt se traduce într-un act de modelare a acestor laturi ale personalității, deci de educație. Acesta ar fi motivul principal pentru care ne considerăm îndreptățiți să susținem că diversele medii de masă sînt purtătoare ale unei acțiuni educative, că au și o vocație educativă.

Dar în afara acestor posibilități educative spontane, departe de a fi încă evaluate la justa lor valoare, comunicațiile de masă sînt utilizate din ce în ce mai mult pentru realizarea unei educații explicite, a unei acțiuni declarate în mod voit ca fiind educativă și didactică. Recurgerea la modalitățile audio-vizuale, în special la televiziune, este pusă în legătură cu creșterea actuală a nevoii sociale de educație, cu cerințele dezvoltării instrucției maselor, ale îndeplinirii reformelor școlare. Firește, motivele pot să varieze foarte mult de la o țară la alta. Creșterea efectivelor școlare, democratizarea învățămîntului, lipsa de profesori, carența de săli de clasă și de credite bugetare etc., care se resimt din plin în unele state, au făcut să se întrevadă în televiziune o soluție posibilă de ameliorare a noilor situații. Mai ales în țările în curs de dezvoltare se pun mari speranțe în tehnicile moderne. Folosite intensiv în multe țări, ele constituie un ajutor prețios pentru a învinge analfabetismul, pentru a duce ofensiva împotriva ignoranței, estimîndu-se că pentru aproximativ un miliard de neștiutori de carte ele reprezintă singura posibilitate de acces la primele noțiuni elementare ale citirii, scrierii și socotitului.

În multe state comunicațiile moderne sînt utilizate în scopul formării culturii de bază sau al întregirii culturii generale a maselor, al ridicării nivelului lor general de cultură. De exemplu, în Asia, Africa și America Latină cei mai mulți țărani au primit primele noțiuni de igienă, de puericultură și de agricultură modernă prin radio și televiziune. Adeseori vehiculele tradiționale ale răspîndirii științei și culturii sînt pur și simplu depozitate de monopolul lor. De exemplu „... în numeroase țări — arată Gh. Fouchet — o masă crescîndă de

oameni și de femei intră în contact direct cu știința fără intermediul unui suport scris, adeseori fără intermediul însuși al școlii" (61).

Îndeosebi învățămîntul este unul dintre marii beneficiari ai acestor resurse tehnice moderne. Astfel, în multe țări se manifestă o tendință crescîndă de sporire a emisiunilor de televiziune consacrate a veni în sprijinul muncii didactice. De la caz la caz, ele pot să ia forma fie a unor emisiuni *integrate* direct în procesul instrucției școlare, fie a unor *complementare*, de întregire a programelor de învățămînt sau chiar *substitutive*, asumîndu-și sarcina predării unor cursuri cu drept de absolvire și calificare. În Japonia, bunăoară, peste 60 000 de școli beneficiază de aportul emisiunilor de televiziune destinate direct mai buneii organizării a procesului de învățămînt. Tot în Japonia 20 000 de mii surdo-muți de vîrstă nu mai mare de 3 ani vorbesc și citesc pe buze datorită programelor speciale de televiziune. În S.U.A. sute de diplome universitare se iau nu prin intermediul audierii unor cursuri predate de profesori în condiții clasice, ci prin cele difuzate de micul ecran (115). În Anglia a luat ființă în 1970 așa-numita Universitate a undelor, care difuzează cursuri sistematice echivalente celor susținute în universitățile propriu-zise și care oferă condiții similare de promovare a studiilor. În Franța au fost înființate în ultimii ani o serie de școli și colegii în cadrul cărora organizarea întregii munci didactice se bazează pe utilizarea masivă a tehnicilor moderne audio-vizuale. Radio-televiziunea română a inclus în programele sale din ultimii ani un număr crescut de emisiuni-consultații la principalele obiecte de învățămînt adresate tineretului școlar. În continuare se prevede sporirea emisiunilor de completare și eventuala trecere la unele emisiuni de televiziune nemijlocit integrate în programul activității școlare. Evident, exemplele ar putea să fie foarte mult multiplicat. Realitatea dovedește că televiziunea a reușit să devină un nou tip de școală, copie — în multe privințe — a școlii tradiționale, cu programe precise, cu orarii și materii determinate și bineînțeles cu profesori corespunzători și cu un anumit număr de elevi și studenți care participă în mod oficial la acest tip de învățămînt. Dacă într-o fază de început noile tehnici moderne audio-vizuale au constituit, și

uneori mai constituie și astăzi, doar auxiliare sau anexe ale procesului de învățămînt, integrarea lor intensivă și pe scară largă în învățămînt le-au făcut să devină parte integrantă și indispensabilă a acestuia, avînd consecințe importante pentru modernizarea tehnologiei învățămîntului.

În fine, diversele mass-media devin unele din mijloacele privilegiate ale *educației permanente*, prelungind instrucția și educația în forme adecvate, la întreaga populație și pe întregul parcurs al vieții. Ele răspund dorinței omului modern de a acumula noi cunoștințe care îi sînt necesare pentru a face față obligațiilor sale profesionale, civice, sociale și familiale; au menirea să susțină în mod substanțial și sistematic programele naționale de perfecționare și reciclare a pregătirii profesionale a diferitelor categorii de oameni ai muncii și specialiști în diferite domenii de activitate. Sînt cunoscute și bine apreciate, de exemplu, emisiunile televiziunii române sub forma unor lecții pentru lucrătorii din agricultură și alte categorii profesionale.

5. Funcția de „compensare” prin divertisment și „distracție.

Comunicațiile moderne au generalizat accesul nu numai la informație, cultură și educație, ci și la distracție. Fără să renunțe la funcțiile de divertisment și distracție pe care și le-au asumat încă de la începuturile lor, atît cinematograful cît și televiziunea, radioul sau discul, revista ilustrată sau alte mijloace similare continuă să aducă și mai departe varietate și poezie, cîntec și voie bună, să ofere omului contemporan ne-numărate prilejuri de delectare și de destindere. Asemenea momente de reconfortare sînt cu atît mai bine venite astăzi, în condițiile în care sarcinile zilnice de producție, orele de muncă și de învățătură cer mai mult efort, mai multă încordare și seriozitate, mai multă responsabilitate. Emisiunile de televiziune și radio destinate petrecerii în mod plăcut a timpului liber, relaxării spirituale, cele distractiv-culturale, comediiile și filmele muzicale, magazinele enciclopedice, filmele seriale, spectacolele de muzică populară, de operetă, operă, concerte, emisiunile de muzică ușoară, de satiră și umor, emisiunile de sport, spectacolele de varietăți și multe altele, concepute și realizate astfel încît să corespundă cerințelor fundamentale ale cultivării bunului gust, răspund acestei dorințe a

omului de a găsi odihnă, căutînd-o în clipele de delectare, de destindere, de evaziune din cotidian (înțeleasă ca mijloc de recreere și nu de sustragerea de la un angajament social).

Se află în firea omului o trebuință „de a se dedica divertismentului, desfătării, frumosului, această dimensiune de profundă semnificație a existenței umane” (9, p. 197). Omul simte nevoia de recreere, de amuzament, dorința de glumă, de umor, de ris etc. și caută asemenea clipe stenice pe care mass-media nu ezită să le introducă în viața lui. Și cînd toate acestea sînt realizate la un nivel superior, cînd ne permit să trăim o aventură netrăită, să dăm aripi gîndurilor și visurilor noastre, reveriei, atunci cînd se creează o evaziune lirică și încintare poetică, așteptată în inima fiecărui om, atunci cînd se obține o îmbinare fericită și simultană între elementele de educație estetică cu cele de distracție, ele pot deveni obiectul unor trăiri și satisfacții din cele mai alese. Și contextul culturii socialiste nu exclude, ci dimpotrivă, presupune în mod necesar divertismentul, îmbinarea elementelor distractive cu esteticul, cu educativul, în scopul cultivării forțelor umane.

În condițiile unei civilizații care se tehnicizează tot mai mult și se intelectualizează în mod excesiv, nu avem dreptul să disprețuim funcțiile de recreare și divertisment ale acțiunii mass-media; ele nu sînt lipsite de importanță sau neserioase dacă ținem seama de faptul că odihna, sub diferitele ei forme, inclusiv divertismentul, este atît de utilă regenerării funcțiilor fizice și psihice ale organismului uman. Prin activizarea forțelor afective, clipele de destindere, de divertisment au rolul de a tonifica activitatea nervoasă cerebrală a omului, a funcțiilor sale intelectuale; bogăția și intensitatea distracției ca și modul ei de realizare constituie întotdeauna o sursă de regenerare a inteligenței și iscusinței, a destoiniciei și fanteziei inventive. Oferind asemenea momente de relaxare spirituală și corporală, mass-media creează acea „ambianță compensatoare” aptă pentru a reface echilibrul fizic și psihic al omului. Iată pentru ce, deviza multor creatori de cultură mass-media este: „prin delectare spre refacerea echilibrului personalității” (43 p. 308). Firește, compensarea este privită aici în sens de întregire a muncii cu preocupări și îndeletniciri de ordin spiri-

tual, de desăvîrșire a armoniei personalității umane și nu ca încercare de echilibrare a acesteia prin simpla evaziune și deconectare de real (*Ibidem* p. 320—321).

D. Factori care condiționează și diferențiază efectele acțiunii mass-media

Deși comunicațiile de masă îndeplinesc un rol considerabil în actuala dinamică a vieții social-culturale, acest factor nu trebuie totuși, absolutizat și privit izolat de prezența și acțiunea altor factori obiectivi și subiectivi care mediază, diferențiază și nuanțează extrem de mult consecințele lor multiple pe diferite planuri. Eficiența lor este condiționată în primul rînd de structura societății, de configurația social-economică și cultural-politică, de dezvoltarea științei, a învățămîntului și a vieții cultural-artistice, de coordonatele industrializării, ale tehnicizării activității cotidiene, ale democratizării vieții publice etc. într-o țară sau în alta. Ca modalitate de cultură și de influențare a spiritului uman mass-media se pot dezvolta într-un anumit fel în cadrul unei societăți socialiste și înăuntrul unui tip socialist de cultură și cu totul altfel în interiorul societății capitaliste, a tipului de cultură burghez (40).

La noi, mass-media își afirmă prezența și virtuțile în contextul unei orînduirii sociale care acționează în mod conștient și organizat pentru elevarea spirituală a tuturor membrilor săi. Natura însăși a construcției economice, politice și sociale din România socialistă creează premise optime pentru răspîndirea largă a culturii și înflorirea unei culturi naționale noi, pentru creșterea continuă a gradului de pregătire profesională și culturală a întregii populații. Firesc este, deci, ca în asemenea condiții însăși dezvoltarea culturii de masă, inclusiv a culturii mass-media, să se desfășoare în alte coordonate decît într-un stat capitalist. Masificarea — în sens de socializare — a culturii în țara noastră este rezultatul primordial al orînduirii sociale noi, este expresie și parte constitutivă a politicii partidului și statului nostru care și-au propus în mod deliberat să facă din cultură un bun al maselor, un factor de îmbogățire spirituală și umanizare a vieții omenești. În acest context, o sarcină importantă și crescîndă revine comunicațiilor de masă

în difuzarea și facilitarea asimilării culturii. Referindu-se cu precădere la televiziune, ca formă majoră și oarecum reprezentativă pentru mass-media, tovarășul Nicolae Ceaușescu, arăta că aceasta „trebuie să devină o tribună de dezbatere captivantă a problemelor economice, politice, sociale și etice care preocupă societatea noastră, o scenă de prim rang a celei mai valoroase arte și culturi naționale și universale, un instrument de masă pentru perfecționarea multilaterală a omului, pentru formarea conștiinței socialiste a tuturor cetățenilor patriei noastre” (3, p. 97).

La noi, ca și în celelalte țări socialiste, există o preocupare asiduă pentru ridicarea continuă a calității conținuturilor culturale răspândite prin aceste surse potrivit unui plan de informare, instruire, educare și delectare superioară a maselor, ceea ce face din noile medii un instrument de cultură autentică, o pirghie de prim ordin în acțiunea de răspândire a culturii și a științei, de ridicare a conștiinței sociale a întregului popor.

Cu totul altele sînt condițiile de dezvoltare și afirmare a culturii mass-media în societatea capitalistă, unde programele și conținuturile difuzate prin televiziune, cinematograf, radio, presă etc. au în genere o factură comercială, cu preponderențe de divertismente ieftine și reclamă publicitară.

Aici, tehnicile moderne de comunicație se află, în majoritatea cazurilor, în mîinile și la dispoziția unor industriași și oameni de afaceri care și-au dat seama că ele pot să ofere mari posibilități de profit prin crearea și întreținerea unei nevoi de distracții lipsite de conținut, a unor forme inferioare de cheltuire a timpului liber. Ei pornesc, așa cum arată Ernst Fischer, de la ipoteza că cea mai mare parte a consumatorilor sînt niște troglodiți cărora trebuie să li se satisfacă instinctele primitive... ținîndu-le treze și stimulîndu-le sistematic (57). Coborînd la minimum nivelul estetic al conținuturilor difuzate, cu preponderență delectivă, mass-media devin în acest fel mai degrabă un factor nociv al societății, de „intoxicare mintală a maselor”, decît unul de culturalizare în adevăratul sens al cuvîntului. Așa stînd lucrurile, este lesne de înțeles de ce mulți teoreticieni apăsîni ai culturii situează cultura mass-media pe treptele inferioare ale spiritualității contemporane, cu efecte de mediocrizare (40, p. 33) așa după cum am arătat și mai

înainte. Asemenea condiții sociale în care se realizează difuzarea informațiilor favorizează apariția și a unui alt pericol. Astfel, în cadrul televiziunii, al radioului, presei, cinematografului etc., întocmai ca și în cel al cărții, avem de-a face cu o difuzare bazată în prealabil pe o selectare a informațiilor după o anumită optică, convenabilă intereselor claselor dominante, deținătoarele acestor mijloace. Ca atare, manipularea informației poate imprima o evoluție primejdioasă informării maselor de oameni ai muncii; clasele exploatatoare urmăresc să dirijeze după placul lor cunoașterea și voința maselor.

Această dependență a acțiunii mass-media de un anumit sistem social-politic, de o anumită politică culturală, ne convinge și mai mult de faptul că, în fond, „mediile moderne” nu sînt în sine decît niște obiecte de folosință, mijloace sau instrumente purtătoare sau transmițătoare de valori; sînt modalități de comunicare în mare măsură neutre față de ceea ce transmit (doar expresia le aparține); că ele sînt bune sau rele nu prin natura lor, ci prin modalitatea concretă de utilizare, prin funcționalitatea ce li se încredințează. Tocmai acest mod de întrebuințare este acela care conferă „... caracterul de cultural sau anticultural sistemului de mass-media. Aceasta pentru că nu forma culturii difuzate prin mass-media prezintă o binefacere sau o amenințare pentru culturalizarea maselor, ci conținutul cultural sau anticultural ce se vehiculează prin aceste canale și care, din cît se vede, viciază în unele locuri „logosfera” și „atmosfera” spirituală pe care o respiră zi de zi „omul de rînd modern” (40, p. 34).

În fine, tehnicile audio-vizuale „văd și înțeleg” prin ochiul și mintea celor care construiesc și realizează conținuturile difuzate (scenariști, regizori, actori, operatori etc.). Aceștia sînt răspunzători de „pozitivul” sau „negativul” conținuturilor vehiculate de mass-media. Faptul că azi se citește mai mult, se vede și se ascultă mai mult, poate fi, deopotrivă, un fapt pozitiv sau negativ, calificarea respectivă depinzînd de conținuturile date. În orice caz, tehnica se află în mîinile omului și lui îi revine obligația să știe cum să se servească de ea, în interesul său, al umanizării sale.

Pe acest fundal al structurii social-culturale se disting apoi și alți factori diferențiali care fac ca receptarea și înțelegerea

mass-media să fie mediată și particularizată, accentuând la maximum diversificarea trebuințelor, a preferințelor și aspirațiilor în materie de cultură de masă, ca și a celorlalte consecințe extrem de nuanțate. Astfel, intervin deosebiri de sex, vîrstă, profesiune, categorie socială, nivel de trai, grad de instruire, nivel de cultură, ambianța și mentalitățile colectivității și ale micro-grupului cărui îi aparține un ins (familie, colectiv de muncă, de învățatură, cerc de prieteni etc.) tradițiile social-culturale ale macro-grupului (clasă, națiune etc.), condiții geografice și demografice și altele, de ordin material, economic etc.

Și în ultimă analiză felul și gradul acestor influențe sînt condiționate de personalitatea sau structura psihologică a receptorului, a celui care suportă acțiunea diferitelor medii de comunicare. Intervin aici temperamentul, caracterul, experiența proprie, aptitudinile, pasiunile, preocupările, gusturile, predilecția pentru imagine sau pregnanța conceptuală etc., căci influențele din afară nu se răsfrîng niciodată automat asupra personalității. Receptarea oricărui mesaj are întotdeauna un caracter selectiv, el este filtrat și interpretat la niveluri diferite de profunzime, fiecare reținînd ceea ce-l interesează, îl preocupă, îi satisface o dorință, o trebuință, îi sprijină părerile, dispozițiile, îi creează o plăcere psihică etc., lăsînd la o parte ca pe un balast inutil tot ceea ce nu are o semnificație pentru el (78, p. 62). Și toate acestea depind de cultura pe care el sau ea o posedă, de educația pe care au primit-o, de cadrul de referință (criteriile) ce prezidează judecățile lor de valoare etc. Altfel spus, mass-media se adresează în mod oarecum diferit fiecărui individ.

Astfel, o serie de cercetări au pus în lumină faptul că femeile asimilează într-alt mod conținuturile mass-media decît bărbații; tinerii, altfel decît adulții; școlarii, altfel decît autodidacții; cei din mediul rural altfel decît urbanii ș.a.m.d. În general, se apreciază că femeile sînt mai puternic înriurite decît bărbații, copiii mai mult decît adolescenții, iar cei din mediul urban în mai mare măsură decît cei din mediul sătesc etc. (155, p. 309). Alte cercetări au ajuns la concluzia că acțiunea mass-media, în special emisiunile de televiziune și spectacolul

de cinematograf, au mai mult un efect de declanșare, de întărire sau de dezvoltare a unor dispoziții sau tendințe existente deja, ivite anterior în configurația spirituală a persoanei, deci ale căror cauze ar trebui căutate în altă parte (L. Bogart). Excepție ar face doar vîrstele tinere — copiii, adolescenții — în plin proces de formare. Anumite cercetări (P. Lazarsfeld, C. Merton ș.a.) întăresc acest punct de vedere, susținînd că influențele comunicațiilor de masă pot să fie foarte mari sau foarte reduse, ori pur și simplu inexistente, aceasta în funcție de terenul pe care cad și care poate să le fie favorabil sau nefavorabil (78).

Am mai putea adăuga la acestea și faptul că influențele oricăreia dintre comunicațiile de masă — televiziune, radio, cinematograf, cărți de mare tiraj etc. — nu au efecte izolate de înriurirea altor factori cu care acționează paralel sau convergent — (familie, școală, așezăminte culturale etc.). Întîlnindu-se, aceste influențe se pot armoniza sau, dimpotrivă, pot să devină contradictorii; atunci cînd urmează același sens se pot întări reciproc, iar în sensuri divergente se neutralizează sau se anihilează unele pe altele.

Această variație nesfîrșită de factori psihosociali și culturali se interpun, deci, între stimulii comunicației de masă și reacția publicului și decid asupra naturii, întinderii și intensității efectelor pe care acești stimuli le cauzează. Este încă un contra-argument puternic împotriva acelor care susțin că mass-media exercită o acțiune de despersonalizare, de strivire a personalității, de nivelare sau de uniformizare a opiniilor și atitudinilor, a moravurilor și judecăților, ori a aspirațiilor, gusturilor, intereselor etc. afectînd originalitatea și creativitatea oamenilor, în loc să îmbogățească viața și personalitatea lor.

În concluzie, putem afirma că mass-media este astăzi o realitate de netăgăduit, și încă una din cele mai grandioase. Noi nu putem să repudiem fenomenul de neînlăturat al culturii mass-media, dar avem datoria să găsim calea cea mai potrivită ca el să se integreze adecvat umanității și umanitatea să i se integreze lui, să facem ca acțiunea mass-media să se încadreze optimal în procesul de ridicare a nivelului cultural și de educație comunistă al întregului nostru popor, de înflorire a culturii noastre naționale.

● Capitolul II

Influența comunicațiilor de masă asupra mediului educativ

A. Implicații socio-pedagogice ale relației dintre tineretul școlar și comunicațiile de masă

Nu este greu de observat cum astăzi milioane și milioane de oameni de pe întreg globul pămîntesc trăiesc cu regularitate fenomenul mass-media. Ei sînt expuși și suportă consecințele aceluiași „medii” inedite cultural-educative. Și în măsura în care gustă și asimilează valorile aceleiași culturi de masă, dețin aceleași informații, își formează aceleași opinii și atitudini, idei și interese, sentimente și concepții, trebuințe culturale etc., termină prin a se asemana, în multe privințe, între ei (77, p. 311). Ca sursă comună de înrîurire, comunicațiile de masă creează, astfel, un auditoriu extrem de numeros, care se manifestă ca o colectivitate cu totul nouă, cu o psihologie de factură inedită; datorită lor a fost instituit pentru prima oară în istoria omenirii un public universal, care se caracterizează prin relații psiho-sociale de un tip aparte. Este o masă extrem de eterogenă și totuși cu puncte de contact constituite nu pe bază de interrelații directe (fizic sau perceptiv), ci prin singurul fapt că este supusă aceluiași influențe, exercitate de o acțiune comună, cea a televiziunii, a radiodifuziunii, a cinematografiei sau a presei.

Ceea ce pare mai semnificativ este faptul că tehnicile sociale amintite atrag și pun stăpînire, îndeosebi, pe extremitățile de vîrstă ale populației, cuceresc în mod special pe copii, pe ado-

lescenți și tineri, și prin contrast, vîrstele mai înaintate. Investigatiile întreprinse în diferite țări, ca și la noi, dovedesc că mass-media cuprind în raza lor de influență, în special, o masivă populație tînă în curs de formare (137) și bineînțeles, în cadrul acesteia, vîrstele școlare dețin proporția cea mai impunătoare. Un larg public de școală beneficiază din plin și cel mai mult, în comparație cu alte vîrste, de atracția noilor „medii”. Copiii și adolescenții cunosc foarte bine fascinația acestor invenții ale geniului uman puse în slujba difuziunii culturii și a informației; ei frecventează cel mai asiduu cinematograful și continuă să rămînă cei mai entuziaști și fideli prieteni ai celei de a șaptea arte; se lasă cel mai mult seduși de atracția și farmecul televiziunii; au contactul cel mai des cu radioul, cu discul sau banda de magnetofon și uneori ehier cu presa, cu revista ilustrată ori cu cartea de mare tiraj. Tineretul școlar este captivat și pasionat în mod firesc de această revărsare de lumină, de culoare, de mișcare și de sunet care îi provoacă plăcere, veselie și divertisment. În fața generațiilor noi, diversele mass-media cîștigă tot mai mult prestigiu, chiar dacă pentru mulți adulți este greu să înțeleagă aceste lucruri. Contactul cu ele nu mai reprezintă doar o simplă modă pasageră, ci o realitate pe care tineretul a interiorizat-o în propria-i conformație spirituală. Mai ales în anii primei și celei de a doua copilării, băieții ca și fetele manifestă un viu interes pentru imagine, au o sensibilitate crescută pentru expresia prin imagine; *cunoașterea iconică*, înțeleasă ca modalitate de reprezentare a realității prin imagini, deține un rol foarte important în dezvoltarea activității lor mentale. O bună parte din experiența cognitivă a copilului este consemnată în memoria lui sub formă de imagini și multe din cunoștințele pe care le dobîndește pe cale verbală le raportează acestor imagini, le subordonează aspectelor imaginate ale lucrurilor, reușind să le înțeleagă cu adevărat, să le dea un sens, să le asimileze și să le integreze în ansamblul experienței lui care de fiecare dată devine mai bogată, mai cuprinzătoare. Pentru copil imaginea condensează la un moment dat un întreg univers. Nu este de mirare, prin urmare, de ce întîlnim această atitudine de acceptare și satisfacție la copii în fața imaginii, în fața mesajelor audio-vizuale, atîta vreme cît ele le rețin atenția și

li distrează, le întrețin curiozitatea și interesul, atâta timp cât copilăria și adolescența își regăsesc preocupările și viața lor reflectate pe micul sau pe marele ecran. Este o explicație la care se pot adăuga și altele. Astfel, mijloacele de masă răspund unei nevoi firești a copilului de a comunica intens cu alții, de a avea un schimb bilateral de informații și simțăminte. Or, tehnicile moderne de comunicație înlesnesc extrem de mult acest flux care, chiar univoc fiind, contribuie într-un mod specific la satisfacerea acestei trebuințe. Curiozitatea și dorința, apoi, de noi experiențe, ca și necesitatea de fantezie și evaziune ori de realism, caracteristice acestor vârste, potențează și ele considerabil apetitul pentru film, pentru emisiunea de televiziune ori de radio, pentru lectură etc. Imaginația mult mai vie și mai puternică, ca și participările afective mai intense, ori disponibilitatea de a imita și prelua (în bine sau în rău) ceea ce cade în zona de observație vizuală și auditivă, adaugă noi motive care-l apropie pe copil de seducțiile comunicațiilor de masă. Așa se face că, la vârsta de 3 ani, copilul din zilele noastre este deja gata să primească mesajul televiziunii și al altor medii moderne (135).

Nu este mai puțin adevărat că, în același timp, și instituțiile comunicațiilor culturale de masă manifestă o preocupare crescândă, cantitativă și calitativă, pentru a veni în preîntâmpinarea interesului și avidității tineretului școlar pentru un contact mai frecvent cu mesajele vehiculate pe aceste canale. Pretutindeni, ca și la noi, a sporit an de an numărul filmelor pentru micul și marele ecran care se adresează copiilor, adolescenților și tinerilor; radio-televiziunea afectează un timp mai mare din programele lor tineretului școlar; a crescut numărul titlurilor și tirajul revistelor și discurilor destinate acestui auditoriu. Prin însuși conținutul lor, emisiunile de radio și televiziune sint mai bine structurate și diversificate pentru a oglindi în mai mare măsură complexitatea vieții infantile și adolescente, pentru a satisface în mai bune condițiuni cerințele publicului școlar. Firește, dincolo de sfera acestor preocupări, mass-media continuă să-și asigure impactul lor și prin toate celelalte conținuturi pe care le difuzează sistematic în rîndurile unui larg public de adulți.

Prin toate acestea, /penetrația televizorului, a radioului, a cinematografului, a presei etc. în lumea copilăriei și a adolescenței are semnificația unui factor de cultură și de educație care se adaugă celorlalți factori tradiționali, asociindu-se acțiunii acestora în contextul aceluiași efort comun de umanizare, de modelare a personalității în plin proces de formare a tînrului celei de a doua jumătăți a secolului al XX-lea. /

Nu putem să nu recunoaștem că odată cu răspîndirea comunicațiilor de masă în lumea orașelor și a satelor noastre, au apărut acum și acești noi „educatori” care acționează activ în cadrul familiei. Televizorul, ca și radioul, presa ca și discurile, pătrund tot mai mult în fiecare casă, devenind o prezență cotidiană deosebit de amicală și de agreabilă familiei contemporane. Ele înmulțesc mijloacele și posibilitățile de culturalizare ale căminului familial; intervin foarte frecvent în ritmul de viață al acestuia înrîurind într-o măsură mai mare sau mai mică înseși raporturile și intimitatea vieții de familie, climatul cultural-educativ din interiorul acesteia. (Nu de puține ori poveștile bunicului trebuie să cedeze locul desenelor animate sau unui serial, iar cîntecul duios al mamei, vocii, poate mai atrăgătoare, a unei interprete). Noi relații se stabilesc, așadar, între familie și mass-media, care se răsfrîng, după împrejurări, în bine sau în rău asupra vieții și activității copilului. De cîte ori nu auzim apoi spunîndu-se: „Cîte televizoare noi într-un sat, atîția noi învățători și profesori se adaugă școlii”, completează — adică — rîndurile celor existenți prin tradiție. Mai mult decît atît, mass-media au pătruns chiar și în incinta școlii, în sălile de clasă, în cuprinsul lecțiilor, făcînd parte integrantă din tehnologia educațională cea mai modernă, pe care învățămîntul modern continuă să și-o apropie. Tot atît de mult ele pătrund în activitatea căminului cultural, a caselor de cultură și în întreg anturajul extrafamilial sau extrașcolar al copilăriei. Abundența de imagini îl urmărește pretutindeni pe copil. Am putea spune, odată cu atîția alți sociologi și pedagogi, că mass-media formează *al patrulea mediu concret de viață al copilului*, alături de cel familial, de cel școlar și de anturajul obișnuit de relații. Este un nou mediu, tehnologic prin natura lui, care reprezintă una din caracteristicile mediului general de existență al copilului, al omului zilelor noastre. Desigur,

constituirea lui nu reprezintă pur și simplu o adăugire mecanică ambianței obișnuite. Dimpotrivă, în ansamblul lor, mass-media devin un factor care introduce anumite mutații în complexitatea structurală a mediului înconjurător în care ne aflăm, îi adaugă noi dimensiuni, complicându-l și mai mult. Din ce în ce mai mult mass-media cufundă copilul într-o ambianță electronică a sunetului și a imaginii, îl scaldă într-o baie de informații audio-vizuale, cu vaste și însemnate consecințe asupra propriei formații. Copilul trăiește într-un univers care a suferit una dintre cele mai importante mutații de „environment” din cîte a cunoscut umanitatea (McLuhan). A apărut o ambianță nouă, cu o structură informațională și culturală nouă, cu care copilul intră în raporturi noi de adeziune, de acceptare sau de respingere ce se manifestă în formele sale tot atît de noi de comportament deduse din nevoia de culturalizare audio-vizuală pe care o resimte. Este o ambianță care solicită copilului să răspundă la stimuli fără precedent, atît ca profil și complexitate, cît și ca anvergură; este o ambianță care generează noi experiențe și tendințe, noi trebuințe și interese și bineînțelese care cere copilului și un alt mod de a-și exercita și îndeplini activitatea de cunoaștere, de culturalizare, de distracție și divertisment etc. Mass-media introduc în mediul în care se dezvoltă și activează copilul, o mare varietate de informații, de valori culturale, de modele etc. și odată cu aceasta diversifică tot atît de mult preocupările lui de luare de contact cu viața culturală, științifică, social-politică etc.

- * „Media” adaugă modalități speciale de comunicare, de gîndire, de simțire și de acțiune, *fac mai precoce comunicarea*, accelerînd contactul copiilor cu o problematică de cele mai multe ori neconcordanță cu vîrsta copilăriei, o problematică proprie adulților. Intervenția noilor tehnici este de natură să provoace o perturbare în lumea activităților de învățare ale copiilor și în felul lor de a face cunoștință cu realitatea. Tot atît de timpuriu și incomparabil mai intens devine și contactul copilului cu cele mai variate experiențe din domeniul spectacolului teatral, muzical sau sportiv. Mediul în care crește și se formează zi de zi școlarul de astăzi este extins, astfel, cu mult dincolo de anturajul lui obișnuit, este extins la dimensiunile lumii și ale Universului. Participarea masivă, mult mai

intensivă decît pînă acum și din fragedă copilărie, la receptarea culturii de masă, ar putea să aibă, astfel, semnificația unei culturalizări mult mai precoce pentru copilul timpurilor noastre. Este firesc deci, ca experiențele timpurii ale unui copil care se găsește în mijlocul unei asemenea ambianțe și evoluția lui să difere în foarte multe privințe de cele ale semenilor săi care nu au putut sau nu pot încă să beneficieze de avantajele comunicațiilor de masă. Sintem nevoiți așadar, să recunoaștem că/ființa umană se formează, într-un mediu care este în tot mai mare măsură determinat cultural de influența pe care o exercită tehnicile audio-vizuale. /

Alta este realitatea juvenilă de astăzi, cînd se vorbește tot mai mult de „copilul erei imaginii” de „copilul televiziunii”, decît aceea a copiilor epocilor anterioare. Faptul că tineretul școlar se formează din fragedă copilărie într-un asemenea climat cultural în care mass-media dețin un rol din ce în ce mai însemnat în promovarea valorilor culturale, etice și sociale ale epocii în care trăiește și ale societății căreia îi aparține, nu se poate să nu aibă repercusiuni adînci asupra modului său de asimilare a experienței social-umane, a moștenirii culturale, spirituale și materiale. Într-un anumit sens „copilul civilizației imaginii”, poate fi considerat ca o ființă ale cărei forme de viață și implicit ale cărei capacități sînt în curs de formare în funcție de transformarea mediului lui de existență (135). Aceasta cu atît mai mult cu cît comunicațiile moderne pun stăpînire nu numai pe viața individuală, ci și pe cea a colectivității, a societății luată în ansamblul ei. Este vorba de un mediu în care prezența și acțiunea mass-media „... contribuie tot mai mult la smulgerea copilului din copilărie, trezesc în el, în mod prematur, în perioada de creștere — în care echipamentul său cerebral este în plină evoluție — idei și dorințe „ce nu sînt ale vîrstei”, cum se spune, dar care nu sînt mai puțin reale...” (50, p. 12). Întreagă această complexare a mediului contemporan se răsfrînge neconținut asupra complexității formației spirituale a copilului, silindu-l să se muleze pe nesimțite la structuri informaționale și artistice ce evoluează într-un ritm tot mai accelerat (17).

În mod normal, sistemul contemporan de educație nu poate să se dezică de această nouă realitate care exercită în perma-

nență o influență educativă spontană și difuză; nu poate să facă abstracție de actuala complexitate a mediului social-cultural în care crește și se dezvoltă copilul, adolescentul sau tînărul; nu poate să nu fie sensibil la transformările și elementele noi care au survenit. În condițiile în care copilul este captat în această rețea comunicațională specifică epocii noastre, în împrejurările în care tineretul școlar nu este cituși de puțin străin de elementele dinamicii actuale a culturii contemporane, cum am mai putea oare, ca educatori, să nesocotim sau să evităm asemenea influențe care modelează zi de zi fizionomia lui spirituală? Ar deveni cu totul absurdă, lipsită de sens, orice încercare de a ne opune sau de a pretinde să izolăm copilul de tehnica secolului său. Dimpotrivă, mai degrabă ne simțim obligați să reflectăm cu seriozitate cum am putea să-l apropiem pe copil cît mai mult, în folosul lui, de „mediile de masă” și de a face din ele un adevărat factor de promovare multilaterală și armonioasă a personalității sale. Pe bună dreptate mișcarea adoptată la cel de al XXII-lea „Congrès de l'École Moderne” ținut la Perpignan, în Franța, în aprilie 1968, sublinia faptul că în zilele noastre formarea copiilor și a adolescenților nu se mai poate realiza fără să se țină seama de restructurările atât de profunde pe care mijloacele moderne audio-vizuale le-au adus în viața culturală a popoarelor. Extinderea și utilizarea intensivă a noilor posibilități de comunicare interumană explică, în bună parte, numeroase din profunde transformări care s-au petrecut în situația educațională a contemporanei-tății, situație care diferă și ea radical de cea cunoscută cu 20—30 de ani în urmă și cu atât mai mult de cea din perioade ceva mai îndepărtate. Vrem sau nu, ne place sau nu ne place, acțiunea mass-media a adus deja însemnate perturbații în contextul fenomenului educațional tradițional, complicîndu-l și mai mult, adăugînd noi probleme, noi griji celor existente, dar poate și un suport nou cu multe avantaje. Oricum, astăzi nici un manual, curs sau tratat modern de psihologie, sociologie sau pedagogie nu mai poate să abordeze diversele probleme ale copilăriei, adolescenței sau tineretului fără să ia în considerație evoluția rapidă și fundamentală a diversilor factori care constituie mediul nostru de existență spirituală, în cadrul căruia mass-media joacă un rol din ce în ce mai activ.

Prezența noilor „medii” vine să accentueze și mai mult o anumită tendință care se manifestă în evoluția organizării educației ce va aparține viitorului apropiat. Ele se adaugă acelor factori neorganizați pe plan pedagogic care capătă însă o importanță crescîndă în formația omului de mîine, în așa măsură încît încep să repună tot mai mult în alertă (după unii pe al doilea plan) acțiunea pedagogică directă, în sensul strict al cuvîntului. Și dacă s-ar neglija sau subaprecia acțiunea acestor viguroși factori, ar apare riscul ca eforturile pe care le vom face pentru a obține rezultate în domeniul educației directe să fie subminate. Educația directă, specifică de obicei instituțiilor de învățămînt, s-ar putea ciocni de o rezistență mai mare sau mai mică din partea persoanelor care urmează a fi educate, indiferent dacă acestea sînt copii, adolescenți sau tineri. Asemenea ciocniri ar putea să apară mai ales atunci cînd lipsește o concordanță de principii și finalitate, cînd factorii neorganizați din punct de vedere pedagogic tind să creeze un om care se aseamănă prea puțin cu modelul creat în spirit pedagogic. Desigur, natura și dimensiunile discrepanțelor pot să varieze foarte mult, în funcție de modelul social-politic și cultural specific fiecărei țări. Astfel, ele sînt foarte reduse într-o societate socialistă.

Deoarece tinerele generații de astăzi aparțin unei epoci în care cultura cărții, a scrisului, este întregită de o nouă cultură, aceea a imaginii, în esență a „mediilor electronice” audio-vizuale, este firesc ca ele să devină un produs activ al afirmării acestei împletiri de culturi pe care istoria nu a mai cunoscut-o pînă acum. Este un motiv în plus ca să privim cu o nouă op-tică educația, să înțelegem că pregătirea omului de mîine nu se poate realiza cu mijloacele de ieri atîta vreme cît nici cultura de mîine nu va mai fi cea de ieri sau cea de azi. Am mai putea noi oare să ne închipuim că aceste generații ar putea să fie calchiate pe tiparul acelora de la începutul acestui secol? Credem că nu.

Desigur, prezența crescîndă a comunicațiilor culturale în viața de zi de zi a tineretului școlar ridică o sumedenie de probleme cu caracter psihologic, sociologic, cultural-estetic sau de altă natură. De stringentă importanță devin însă implicațiile de ordin pedagogic, cele care înriuresc într-un fel sau

altul cursul procesului de educație și implicit dezvoltarea individuală și de grup la diferite vârste școlare. Se creează anumite probleme cu totul noi, pentru teoria și practica educațională care, receptivă la prefacerile vieții social-culturale nu pot să ignore fenomenul mass-media, ci dimpotrivă au obligația să-l cunoască în cât mai mare profunzime și să rețină tot ceea ce poate avea o semnificație pedagogică, să intervină activ în scopul de a media și integra influențele exercitate de aceste „medii” încât acțiunea lor să se reverse cu adevărat în mod binefăcător asupra dezvoltării spirituale a tineretului. La fel de utilă devine orice intervenție a pedagogiei care ar putea să prevină sau să combată, în același timp, apariția unor eventuale consecințe nocive ce s-ar putea face simțite la un moment dat și în anumite împrejurări în viața școlarului. Atita vreme cât mass-media exercită a influență modelatoare asupra tineretului, este implicată și interesată în modul cel mai direct și pedagogia. Nu putem, de asemenea, să trecem cu vederea nici faptul că, odată cu integrarea mass-mediilor în ansamblul existenței cotidiene, se creează o nouă situație psihologică și pedagogică pentru vârstele școlare/ Ca un reflex la acest contact inedit, mai mult sau mai puțin frecvent și sistematic cu mass-media, apar noi reacții și conduite de adaptare din partea elevilor, care devin obiect de studiu pentru psihologi, sociologi, pedagogi, medici igienisti ș.a. /Acestei situații noi îi sint specifice anumite reacții și perturbări ce își fac apariția în stilul de muncă și de viață al elevului, în modul său de adaptare la noua realitate a tehnicilor comunicaționale./ Natura mesajelor audio-vizuale, specificitatea limbajului și a mijloacelor de expresie prin care sint ele comunicate, caracteristicile aparatului tehnice care le vehiculează, ambianța cu totul specială în care are loc receptarea acestor mesaje, declanșarea și angajarea în jurul percepției audio-vizuale a anumitor procese cognitive, emoționale și voliționale, particularitățile ineseși ale percepției și înțelegerii mesajelor (atit de variabile după vîrstă, sex și individualitatea fiecăruia), modul în care evoluează ele de-a lungul anilor de școală precum și particularitățile integrării conținuturilor mass-media în ansamblul experienței de cunoaștere și de viață ale elevului ș.a. toate la un loc condiționează într-un anumit fel, direcționînd orientarea acțiunii

exercitată de mass-media și influența lor asupra evoluției interioare și a comportamentului copilului. La acestea se adaugă problemele speciale pe care le aduc cu ele fiecare dintre mijloacele moderne, în funcție de specificitatea lor. De aceea, tot mai multe cercetări de psiho-sociologie și pedagogie sint destinate revelării specificului acestui proces intim de receptare a conținuturilor furnizate de diferitele mass-media și de înrîurire a lor asupra dezvoltării ontogenetice sau de grup. În fine, opinia publică și cea a cercetătorilor, psihologi, sociologi, pedagogi sau culturologi, este preocupată îndeaproape de cunoașterea cit mai exactă și aprofundată a urmărilor pozitive sau negative, directe sau indirecte, imediate sau latente (cumulate în timp), mai ușor sau mai greu sesizabile, mai profunde sau mai superficiale, asupra conștiinței, conduitei și caracterului tineretului școlar. Astfel, fiind un domeniu cu totul nou de acțiune și de trăire și cu atit mai mult de investigație, sint extrem de numeroase întrebările care se pun și răspunsurile care se așteaptă. Situația cultural-educatională în care ne aflăm ne obligă să întreprindem un demers științific, multidisciplinar, pentru a putea să determinăm adevăratele raporturi dintre tineretul școlar și mass-media; să precizăm locul și importanța pe care le ocupă ele în viața și timpul lui liber și de aici să reținem eventuale sugestii de îmbunătățire a educației pentru o petrecere rațională a orelor de răgaz; să deslușim subtilitatea multiplelor consecințe ce pot să greveze asupra dezvoltării personalității elevului. Tot atit de mult sintem interesați să întrezărim posibilitatea unei reale valorificări în activitatea didactică a efectelor și implicațiilor generate de diversele mass-media, să studiem efectul de convergență (sau de divergență) al școlii și familiei cu cel al comunicațiilor moderne audio-vizuale; să desprindem o serie de sugestii privind perfecționarea creației culturale de masă ce se adresează tineretului. Evident, factorul psihologic, sociologic sau pedagogic nu vine aici să îngrădească independența și originalitatea creatorului de valori difuzate prin intermediul mediilor audio-vizuale, ci să-i ofere posibilități mai bune ca prin efectul artistic să ajungă mai direct la sufletul copilului, al tinărului, și să-l poată influența mai adînc și pe mai multe planuri. O intensificare a studiilor s-ar impune cu atit mai mult cu cit

părerile exprimate cu privire la aceste consecințe posibile sînt încă extrem de controversate și de contra lictorii. O elucidare mai obiectivă a avantajelor sau dezavantajelor care decurg din acțiunea mass-media ar putea să contribuie la stabilirea unei concepții mai clare asupra rolului, a eficacității și a viitorului acestor medii în ansamblul educației de mîine a noilor generații. Se pare că pînă în prezent diferitele cercetări în cauză sînt tributare încă neajunsurilor oricăror încercări de început de acest gen. Astfel, primele cercetări au încercat să aprecieze efectele acțiunii acestor mijloace asupra copiilor și tinerilor ca fiind la fel cu cele pe care le produc asupra adulților, conduse însă de tendințe și tentații diferite. Într-o primă fază, de început chiar, a investigațiilor, s-au emis nu puține concluzii care exaltau puterea comunicațiilor de masă în ceea ce privește modelarea individuală, a atitudinilor și mai ales a opiniilor. Totuși, s-a observat că s-a mers prea departe cu aceste supraevaluări și atunci s-a procedat la efectuarea unor anchete mai obiective, numai că în această a doua fază studiile întreprinse au ajuns la concluzii diametral opuse, de subestimare a înfrîuririlor respective. Astăzi, în schimb, cercetările care se efectuează conduc la concluzii mult mai prudente, care se feresc să exagereze, dar nu înțeleg nici să diminueze importanța educativ-umanizatoare a comunicațiilor de masă. Ceea ce se conturează ca o notă comună a acestor cercetări este concluzia lor de principiu că efectele mass-media nu pot fi nicidecum neglijate, mai ales în ceea ce privește formarea tineretului (23). Oricum, supraestimate sau subestimate de unii sau de alții, problema implicațiilor pe care le generează mass-media în educația multilaterală a tineretului școlar rămîne încă deschisă.

Relația dintre mass-media și procesul devenirii umane la nivelul vîrstelor școlare prezintă cu atît mai mult interes și o mai mare însemnătate cu cît în cazul de față influențele noilor „medii” cad pe un teren aparte, deosebit de cel pe care-l prezintă publicul larg de adulți. Dacă spectatorul adult vine în fața filmului, a micului ecran, a emisiunii de radio etc. cu un fond spiritual relativ destul de bine cristalizat, ceea ce ar presupune că acțiunea mass-media ar avea mai mult efecte de întărire, de consolidare a ceea ce se găsește deja constituit, și mai puțin, deci, de modificare, lucrurile se prezintă cu totul

altfel în cazul copiilor și al adolescenților. Acum avem de-a face cu un public care se află în plin proces de maturizare intelectuală și afectivă, morală și civică, care parcurge o anumită etapă de formare. În timp ce adultul este în măsură să selecteze critic și să integreze noile influențe după un sistem de valori deja constituit în conștiința lui, tineretul școlar, dimpotrivă, apare în fața diverselor „media” ca un spectator foarte maleabil și influențabil. De data aceasta, informația mass-media nu se poate integra într-un sistem cognitiv și afectiv deja încheiat, gata construit; impactul mass-media întîlnește un fond spiritual încă foarte fragil, destul de puțin conturat, în curs de constituire. Experiența copiilor, cu resursele sistemelor ei de analiză și discernămint asupra lumii, cu gîndirea și posibilitățile sale de interpretare, de care depinde însăși capacitatea lor de a reacționa și de a emite judecățile de valoare la contactul cu conținutul vehiculat de mass-media, este încă destul de redusă. De asemenea, imaginația și structura afectivă a elevului, viziunea lui individuală este insuficientă, incompletă și subiectivă. Fiecare copil sau adolescent reacționează în felul lui în raport cu cele văzute și auzite, citite și trăite; el se bucură sau se întristează, le acceptă sau le respinge, le apără sau le combate, se apropie sau se distanțează de ele, de unde și posibilitatea ca efectele să devină și ele foarte diferite, să fie favorabile individualității în devenire sau să dăuneze dezvoltării normale a acesteia. Dar faptul cel mai important, care nu poate să fie nicidecum ocolit, este acela că acțiunea mass-media intervine cu certitudine și participă și ea activ la construcția acestui fond spiritual, ajutînd la constituirea și orientarea gusturilor, a intereselor, a concepțiilor, a atitudinilor, a sistemului de judecăți de apreciere și de filtrare etc. Sub imperativul unor astfel de influențe configurația spirituală a copilului în curs de formare și dezvoltare apare tot mai mult ca un aliaj în care elementele de proveniență mass-media pot juca un anumit rol încă puțin definit, contopindu-se sau asociindu-se cu cele care își au originea în alte surse de înfrîurare: școală, familie, organizații de copii și tineret, anturaj social, literatură, teatru etc.

De aici o serie de incertitudini și griji, de prezumții și precauțiuni, de rezerve și suspiciuni formulate la adresa comunicațiilor sociale. Există și la noi încă destui părinți, ca și edu-

catori de profesie, pentru care mass-media au devenit mai degrabă o prezență neliniștitoare, decît una care ar inspira încredere și optimism, care ar aduce un folos real, deși nu ar trebui să se piardă din vedere mai înainte de orice că în condițiile societății noastre, tineretul are marele avantaj, spre deosebire de cel din lumea capitalistă, că este ferit de producții cinematografice și emisiuni de televiziune degradante, care ațîță instinctele primare sau incită la acte dăunătoare individului și societății; de cărți obscene, de reviste pornografice sau senzaționale, de ziare de scandal etc. O parte din temeri pot fi astfel nejustificate, admitînd doar pe acelea care ar putea să provină din alte carențe ale conținuturilor transmise și ale acțiunii în sine. De asemenea, dacă stăruie adeseori o anumită stare de neliniște și unele prejudecăți, ele se datoresc în bună măsură și faptului că mulți dintre educatori se văd puși într-o dată în fața acestei noi realități cultural-educative despre care continuă să știe încă prea puțin, să fie insuficient informați în legătură cu potențialul ei umanizant, cu avantajele și riscurile ce le presupune. O asemenea atitudine se împletește ușor cu una de ignorare a faptelor, de neglijare a efectelor, de nesensizare a schimbărilor petrecute. Este, totuși, un domeniu în care, trebuie să recunoaștem, cu toții știm încă prea puține lucruri. Și prin faptul că nu cunoaștem și nu înțelegem noile realități comunicaționale, adeseori nu sintem în măsură să anticipăm și să controlăm efectele lor. Înseși cercetările științifice în acest domeniu au de făcut față unor situații destul de dificile și de complicate, inerente nu numai începutului, dar și unui anumit specific. Prin natura fenomenului de care ne ocupăm, devine foarte anevoios și uneori aproape imposibil să stabilim o delimitare suficientă, destul de precisă, între influențele și efectele generate de acțiunea tehnicilor audio-vizuale și cele cauzate de alți factori. De asemenea, contactul dintre individ (public) și mass-media se instituie ca un tip de relație cu circuit închis (în care fiecare își manifestă libertatea de alegere, opțiunea pentru cutare sau cutare film, emisiune, program etc. și de trăire intimă, personală, a conținutului de idei și simțăminte date) și care cu greu se desvăluie investigației. Tot atât de anevoioasă devine și descoperirea unor elemente stabile în cîmpul acestor opțiuni și trăiri, dată fiind instabilitatea inte-

reselor individuale, ca și fluctuația conținuturilor difuzate. Survin destule dificultăți, apoi, din faptul că nu există încă o metodologie a cercetării suficient de bine pusă la punct în acest nou domeniu; ea este deabia în curs de constituire.

În funcție de problematica enunțată, în lucrarea de față am încercat să sintetizăm datele și observațiile, concluziile și opiniile cele mai semnificative, după noi, care au constituit obiectul unor cercetări și studii mai importante întreprinse la noi în țară și în străinătate și despre care am reușit să luăm cunoștință pînă în prezent. La acestea am căutat să adăugăm propriile noastre date și reflecții la care am putut ajunge pe baza unor investigații proprii întreprinse în cursul anilor 1968—1971. Sumate, sperăm că ele vor putea oferi o imagine de ansamblu a principalelor aspecte ce caracterizează relația existentă între fenomenul mass-media și devenirea spirituală a tineretului școlar. O detaliere mai precisă a obiectivelor urmărite va fi expusă la locul cuvenit, în contextul subcapitolelor următoare.

Aria investigațiilor noastre s-a extins asupra unui eșantion de 2 520 subiecți, elevi de diferite categorii de vîrstă și de ambele sexe, atît din mediul urban cît și din cel rural, ca și din diverse zone geografice ale țării. Au fost cuprinși elevi de la școlile generale nr. 10, 25 și 62 (orașul București), nr. 27 (orașul Constanța), nr. 2 (orașul Făgăraș), nr. 1 (orașul Domnești-Argeș) și nr. 24 (orașul Ploiești) ca și de la cele din comunele Șant, (jud. Bistrița-Năsăud), Hîrseni (jud. Făgăraș), Siliștea-Poeni, Crîngul și Săceni-Ciurari (jud. Teleorman), Gîrbovi și Adîncata (jud. Ilfov) și Stroești-Mușetești (jud. Argeș). (Vezi tabelul nr. 1).

Tabelul nr. 1

Eșantionul de elevi repartizat după clase (vîrste), mediu și sex.

Grupe de clase (vîrste)	Total	Mediu		Sex		OBS.
		Urban	Rural	B.	F.	
elevi cl. I—IV	420	203	217	198	222	
elevi cl. V—VIII	1600	1022	578	815	785	
elevi anii I—IV liceu	500	500	—	266	234	
Total general	2520	1725	795	1279	1241	

Desigur, acesta poate fi considerat doar un eșantion de explorare, fără a avea pretenția că este reprezentativ pentru ansamblul populației din învățământul nostru de cultură generală. Facem, de asemenea, precizarea că pentru a reuși să surprindem unele aspecte mai particulare (privind de exemplu, structura preferințelor și a motivațiilor) am efectuat și unele cercetări speciale cu caracter intensiv pe colectivități mai restrinse de elevi, dar din cadrul aceleiași eșantion global.

Cercetarea întreprinsă a căutat să rețină și opiniile unui colectiv de 280 de cadre didactice din aceleași localități menționate cit și din altele (vezi tabelul nr. 2). Paralel am efectuat și un sondaj de opinie în rândurile unui număr de 200 de părinți.

Tabelul nr. 2

Distribuția eșantionului de cadre didactice după clase de predare, mediu, sex și vechime în învățământ

Clase de predare	Total	Repartizare după:								OBS
		Mediu		Sex		Vechime în învățământ				
		Urban	Rural	B	F	0-5	5-10	10-20	peste 20 ani	
învățători I—IV	97	45	52	39	58	7	6	41	43	
profesori V—X	132	59	73	55	77	60	21	28	23	
profesori liceu	51	51	—	29	22	12	9	12	18	
Total general	280	155	125	123	157	79	36	81	84	

Dată fiind complexitatea tematicii abordate, am recurs la un tip de cercetare mixtă, utilizând o metodologie combinată. În acest sens ne-am folosit de metode, tehnici și procedee variate pentru a obține un echilibru între preponderența datelor cantitative și cele calitative, între aspectele extensive și cele intensive. Astfel metoda analizei cauzale s-a concretizat prin aplicarea unor tehnici specifice cum ar fi: *ancheta socială* pe bază de chestionare scrise sau orale (adresate diferențiat subiecților elevi, ca și învățătorilor și profesorilor); *observația nemijlocită* și *prin coparticipare* (urmărindu-se reacțiile spontane

ale elevilor, modul cum se exteriorizează trăirea filmului, a emisiunii de televiziune etc., expresii, mimică, exclamații, risul, discuții, forme de comportament etc.); *convorbirea individuală sau colectivă* (mai ales atunci când am avut de-a face cu copiii din clasele I-IV); *interviul individual sau colectiv* (cu cadre didactice sau părinți) și *sondajul de opinie*. La acestea s-a adăugat metoda *analizei de conținut* bazată pe aplicarea unor probe-lucrări (sub formă de compuneri scrise de genul acestora: „Cel mai frumos film pe care l-am văzut”, „Primul film pe care pot să mi-l amintesc”, „Un film pe care nu pot să-l uit”; *studierea unor lucrări sau creații personale* ale elevilor (exteriorizări specifice în creații artistice — desene, acuarele, figurine, compoziții literare libere — sau în creațiile de jocuri); *studierea unor documente ale elevilor* (jurnale personale de vacanță). Cele menționate până aici au fost întregite de metoda *analizei experimentale* prin inițierea unor experimente psiho-pedagogice (restrinse doar la unele colective de elevi cu care s-au făcut câteva vizionări de filme și emisiuni de televiziune) și *sondajul de profunzime, adică studiul de caz*. În interpretarea datelor de care am dispus am făcut uz de unele procedee de estimare statistică și de metoda comparativă.

Rezultatele obținute și diferitele concluzii la care am ajuns vor fi prezentate eșalonat, la locul potrivit, pe întregul parcurs al lucrării. Menționăm de la bun început că pentru a menține oarecum caracterul de sinteză al lucrării, foarte multe date și puncte de vedere nu au fost cuprinse în textul de față, ele urmând să fie valorificate sub o altă formă.

B. Locul comunicațiilor de masă în ansamblul timpului liber al tineretului școlar

1. Mutații în structura bugetului de timp liber al elevului

În mod obișnuit, comunicațiile de masă acționează în sfera „timpului liber” al elevilor. Deci, temporal, asimilarea culturii difuzate pe aceste căi se încadrează, cu prioritate, în zonele aceluia „...ansamblu de activități cărora individul se dedică în mod liber, de bună voie și cu plăcere, fie pentru a se odihni,

fie pentru a se distra sau a-și satisface nevoile estetice, fie pentru a-și îmbogăți informația sau a-și completa în chip dezinteresat formația, pentru a-și lărgi și dezvolta participarea socială voluntară sau capacitatea creatoare, după ce s-a eliberat de obligațiile profesionale, sociale și familiale" cum denumeste cunoscutul sociolog francez Joffre Dumazedier timpul liber (144). Singura deosebire ar consta poate în aceea că obligațiile elevului sînt de natură școlară și nu profesională (ca în situația celui încadrat în cîmpul muncii). Dar în adevăratul sens al cuvîntului, timpul liber rămîne și pentru elev acel timp în care el dispune de sine însuși, exprimîndu-se în activități care continuă într-un mod specific dezvoltarea și autoformarea personalității sale. Este în esență „timp necesar omului pentru cultură, pentru dezvoltarea spirituală" cum spune Marx (1, p. 275). Ca atare, a studia relațiile multiple dintre tineretul școlar și mass-media înseamnă, implicit, a atinge problema *organizării culturale a timpului liber și a petrecerii lui*; înseamnă a lua în atenție modificările pe care le aduc mass-media în structura bugetului de timp liber, în general, și a timpului liber folosit în scopul culturalizării, în special; înseamnă a lua în considerație relațiile dintre mass-media și alți factori tradiționali care concură la organizarea culturală a timpului liber.

Prima consecință a acțiunii mass-media, resimțită atît de evident de noi toți, este aceea că *ea aduce un mod nou, inexistent (sau mult prea redus), în trecut de întrebuintare a timpului liber*. Este un mod care își face loc printre celelalte modalități tradiționale de petrecere a orelor de răgaz. Tocmai de aceea, cercetarea bugetului de timp liber al elevului și a ponderii pe care mass-media o ocupă în cadrul lui, are o importanță deosebită, avînd în vedere că în structura și conținutul lui se oglindesc felul și stilul de viață și de activitate al tineretului școlar, cerințele lui spirituale, intelectuale, cultural-artistice și social-morale, precum și modalitatea de a și le satisface. O analiză mai atentă a modificărilor generate în felul de organizare și întrebuintare a timpului liber poate să ne ofere, astfel, un indiciu după care să putem dezvălui valoarea umanizatoare ce o capătă acțiunea noilor medii în promovarea unei dezvoltări plenare și armonioase a personalității umane în plin proces de formare. Avem, prin urmare, toate motivele să manifestăm cel

mai mare interes pentru a cunoaște mai înainte de orice, *cît timp* anume cheltuiesc elevii cu televiziunea, cinematograful, radioul, presa și alte surse de culturalizare de acest gen? Care este *durata și frecvența* contactului cu diversele surse de cultură audio-vizuală? Ce înrîurire exercită consumul de timp afectat mediilor audio-vizuale asupra celorlalte compartimente ale bugetului de timp liber al elevului?

Ca să se poată întreprinde o analiză de natură cantitativă asupra perturbațiilor cauzate în configurația bugetului de timp liber al elevilor, investigațiile întreprinse pînă acum, inclusiv ale noastre, au operat, cum este și firesc, mai înainte de orice cu o serie de „indicatori de consum". Bineînțeles însă că întotdeauna a trebuit să se aibă în vedere relația lor valoare, în funcție de permanenta mobilitate a bugetului de timp liber, condiționată și ea de o mulțime de factori (vîrstă, perioade de muncă școlară și vacanțe, anotimpurile anului, zilele săptămîinii, supraincîrcarea elevilor în anumite perioade, modificări survenite în conținutul programelor de televiziune (evenimente deosebite) și ale cinematografelor; mediul geografic al copiilor, mediul rural-urban, mediul socio-profesional al părinților; nivelul de cultură și de civilizație al elevilor, familiei și al mediului din care provin; sursele economice ale familiei, intervențiile altor factori de cultură; sporirea exigențelor culturale, maturizarea culturală etc. A fost și este, deci, nevoie de înțelegerea timpului consacrat diverselor mass-media în coordonatele momentului concret în care s-au efectuat cercetările, întotdeauna altele decît cele ale prezentului în care întreprindem lectura datelor respective incluse în această carte.

Astfel, este bine știut că primul semn al unei reacții favorabile sau nefavorabile în funcție de acțiunea variatelor mass-media îl constituie timpul consacrat acestora. Cel dintîi indiciu cantitativ privind atitudinea pozitivă sau negativă, aderența sau non-aderența copiilor, a adolescenților și tinerilor la conținuturile difuzate prin intermediul noilor canale de comunicație, este însuși timpul petrecut în fața micului ecran ori la spectacolul de cinematograf, timpul rezervat audițiilor de radio, lecturii revistelor ilustrate, ziarelor, cărților de mare tiraj, cel afectat ascultării discurilor, a benzilor de magnetofon ori altor

preocupări determinate sau influențate direct de asemenea surse.

Observațiile curente ca și relativ puținele, dar interesante cercetări efectuate pînă în prezent în străinătate și la noi arată, în general, că *mass-media absorb o mare parte din timpul liber al elevilor, intervenind frecvent în ritmul vieții cotidiene a acestora*. În viața și preocupările lor și-a făcut loc un nou și important „loisir“, bazat pe contactul cu mass-media; pentru mulți dintre elevi a devenit o adevărată obișnuință să asculte cu regularitate anumite programe sau emisiuni de televiziune și radio, să citească zilnic ziare, să consulte periodic reviste, magazine, almanahuri, să frecventeze la intervale destul de dese cinematograful, să nu se poată lipsi de ascultarea unor înregistrări de muzică pe disc sau bandă magnetică etc. Cîteva date sînt semnificative în acest sens.

Cercetări întreprinse în urmă cu cîteva ani în S.U.A. și Canada de către sociologul Wilburn Schramm demonstrează că 16% din copii petrec peste 4 ore zilnic în fața televizoarelor și numai 9% mai puțin decît 15 minute pe zi. În cercetările americane s-a stabilit că timpul mediu al televizionării zilnice este variabil în funcție de vîrstă: copiii sub 6 ani, între 45 minute și 2 ore pe zi; copiii în vîrstă de 6—12 ani, între 2 și 2½ ore pe zi, cei în vîrstă de 11—14 ani, peste 3 ore zilnic, iar în anii următori el scade din nou. Media orelor pe săptămînă oscilează, după vîrsta copiilor, de la 16 la 24 ore (60). O anchetă efectuată tot în SUA, în regiunea San Francisco, arată că la 3 ani copiii petrec 45 minute pe zi în fața televizorului, două ore la 5 ani și pe măsură ce cresc, două ore și jumătate pînă la trei ore (36). O altă anchetă, desfășurată la Cambridge (Massachusetts) de către Paul Witty, stabilea că interesul maxim pentru televiziune se poate constata mai ales la copiii în vîrstă de 5—6 ani, care ar rezerva circa două ore și jumătate zilnic vizionării programelor de acest fel. Witty conchide că interesul pentru televiziune se află în raport invers cu vîrsta, idee împărtășită și de alți specialiști în acest domeniu, ca de exemplu cercetătoarea italiană Evelina Tarroni (135).

Din cercetările întreprinse în Anglia de către H. Himmelweit, reiese că, în medie, copiii mai mici și mai mari petrec săptămînal 11—13 ore în fața televizorului, adică mai mult decît ar

consacra altor distracții (60). Un sondaj întreprins sub egida revistei franceze „Cahiers pédagogiques“ (1967) pe un eșantion de peste 5 000 de elevi preadolescenți și adolescenți, consemna că 85% din subiecți consacrau mai mult de două ore pe săptămînă televiziunii, iar aproape jumătate (45%) afectau peste 6 ore săptămînal. Elevii din primele clase de liceu erau ocupați timp mai îndelungat cu vizionările decît cei din ultimele clase, iar diferențele dintre sexe s-au dovedit nesemnificative (95). Tot în Franța, în urma unor cercetări (relatate în revista „L'éducation“, nr. 74, 1970) un grup de învățători din Tarn-et-Garonne a ajuns la concluzia potrivit căreia copiii privesc la televizor, în medie, o mie de ore pe an, în timp ce ei nu sînt decît în jur de 800 ore la cursuri. Anchete similare din străinătate demonstrează că adeseori copilul petrece mai mult timp în fața televizorului său decît la școală. Se poate estima că el petrece pe săptămînă în jur de 22 ore în clasă și 29—30 ore în fața televizorului (140). „O anchetă recentă a Centrului național al cinematografului din Franța subliniază în mod convingător că adolescentul este un mare „cinefil“ și stabilește că frecventarea regulată a cinematografului crește sistematic odată cu durata studiilor, trecînd de 28% la nivelul elevilor școlii primare și ajungînd la 58% în rîndul studenților (*ibidem*).

I. Rosenmeyer (citât după 130, p. 170) în urma unei anchete efectuate pe un eșantion de 800 de ucenici din mediul urban și rural din Europa centrală, ajunge la concluzia că cinematograful ocupă primul loc între ocupațiile „loisir“-ului. Datele obținute relevă astfel că aproape trei sferturi dintre elevi merg o dată pe săptămînă la cinematograf, iar 40% îl frecventează mai des. Adolescenții merg aproximativ de 3—4 ori mai mult la film decît adulții. După vîrsta de 18 ani se observă o tendință de scădere a frecventării cinematografului. O statistică vest-germană (1962) arată că elevii din R.F.G. mergeau în perioada respectivă la cinematograf în medie de 40 ori pe an în mediul urban și de circa 20 ori pe an în mediul rural, vîrsta de 16—17 ani fiind cea mai cinefilă. De asemenea, 90% dintre tineri erau ascultători de radio, iar elevii de peste 15 ani afectau săptămînal cca 10 ore pentru televizor (44).

În cercetările sale întreprinse în Polonia, E. Fleming evidențiază că de cele mai multe ori copiii polonezi supuși investigației

petrec în fața televizoarelor cîte 3—5 ore pe zi. Aceasta se referă la 76% din numărul copiilor care au alcătuit eșantionul. Numărul copiilor care recepționează programul întreg este relativ redus (10%). Mai puțin timp consacră zilnic televiziunii tineretul liceal. Circa 73% din acest tineret cuprins în cercetări recepționează programe, în medie, între 2—4 ore zilnic. Timpul mediu folosit pentru vizionarea programelor la televiziune este de 22 ore săptămînal. Se face, de asemenea, observația că adeseori elevii claselor I—IV petrec în fața televizorului tot atîtea ore (dacă nu chiar mai mult) ca și la lecțiile din școală. De foarte multe ori survine o situație asemănătoare și la elevii din clasele V—VIII (60).

John Goodlad apreciază și el că intervenția masivă a televiziunii în viața copilului și tineretului face ca de la naștere pînă la vîrsta de 18 ani, individul să cheltuiască mai mult timp cu televizorul decît cu obligațiile școlare, fără ca o coordonare a celor doi factori să poată fi întrevăzută pînă în momentul de față (72).

La noi în țară, pe baza unei cercetări monografice complexe efectuată în 1966 pe un șantion de 750 elevi de liceu din București, Haralamb Culea ajungea la concluzia după care: 68% din subiecți urmăreau curent *emisiunile de televiziune*, afectîndu-le zilnic 2—3 ore; 10% priveau emisiunile de televiziune neregulat, cca. 4—5 ore săptămînal; 22% nu erau telespectatori. Datele obținute nu indicau variații sensibile în funcție de sex sau medii socio-profesionale. *Cinematograful* constituia genul de spectacol cel mai frecventat de elevi: 40% din subiecți mergeau de 2—3 ori pe săptămîină la cinema; 45% săptămînal; 10% bisăptămînal; 5% lunar. Pe sexe, frecvența era mai mare la băieți; pe clase, la a XI-a. *Radioul* se bucura de mai mică audiență. 44% dintre elevi nu erau radio-ascultători, dar erau telespectatori. Dintre ascultători, 30% afectau zilnic acestei activități 1/2—2 ore, iar 26% doar 2—3 ore pe săptămîină. *Presa* cotidiană și cea periodică se bucura de o atenție apreciabilă. 75% dintre subiecți citeau curent 1—2 ziare zilnic și 2—4 numere revistă lunar (44).

Cercetările întreprinse de noi evidențiază și ele o creștere progresivă a frecvenței consumului mass-media odată cu vîrsta, cel puțin pînă la 16—17 ani, după care adolescenții și

tinerii devin treptat mai ponderați, manifestînd mai multă chibzuință în alegerea emisiunilor, a filmelor și lecturilor. Copiii între 6 și 8 ani, merg relativ de puține ori la cinematograful în cursul unei luni, iar în fața televizorului ei petrec zilnic, în medie, cîte o jumătate de oră — o oră. Către 9—11 ani, interesul pentru marile și micul ecran sporește simțitor. La această vîrstă elevii încep să frecventeze mai des sălile de cinema, iar în fața televizorului ei petrec, în medie, cîte două ore pe zi; audiază mai multe emisiuni de radio și încep să citească unele rubrici și pagini din diferite ziare și reviste care nu sînt în mod expres destinate lor. Preadolescenții claselor V—VIII manifestă incomparabil o mai mare pasiune pentru cinematograful. Regularitatea cu care ei frecventează sălile de cinema este un semn că marea majoritate a acestora și-au format, deja, o deprindere de participare constantă la acest gen de spectacol. Astfel, în mediul urban, 63,58% din subiecții cuprinși în investigațiile noastre merg o dată pe săptămîină la cinematograful, 20,35% de 2—3 ori pe săptămîină, 2,54% de 3—4 ori săptămînal, 5,28% bilunar, 0,78% lunar, iar 6,45% foarte rar. Din datele culese nu am putut identifica diferențe sensibile în funcție de sex, ci doar o frecvență a filmovizionării ceva mai accentuată la elevii din clasele VII—VIII față de cei din clasele inferioare V—VI. În mediul sătesc, contactul cu cinematograful este, desigur, mult mai scăzut, în funcție de o serie de factori, între care un rol principal are însăși prezența sau non-prezența filmului în localitate. Totuși, în satul Șanț, de exemplu, unde filmul ajungea cu foarte mare regularitate, programul schimbîndu-se o dată sau de două ori pe săptămîină, marea majoritate a elevilor vizionau săptămînal cîte un film în tot cursul anului. În mediul urban, 30,13% din subiecți susțin că urmăresc zi de zi diferitele emisiuni de televiziune; 65,94% numai în anumite zile și 3,91% de loc. Ca durată de vizionare, media zilnică variază: sub o oră — 2,23% din subiecți; între 1—2 ore — 43,87%; între 2—3 ore — 39,40%; între 3—4 ore — 6,51% și peste 4 ore — 7,93%. Media zilnică generală ar fi de 2 ore și 35 minute, ceea ce ar echivala cu aproximativ 18 ore săptămînal. Nu am găsit diferențe destul de semnificative între sexe. Din întregul eșantion de 1600 elevi ai claselor V—VIII — oraș și sat, numai 41

(2,56%) declară că nu audiază de loc emisiunile de radio, iar 35 (2,18%) că nu citesc nici un fel de ziar sau revistă, nici măcar sporadic.

Elevii de liceu merg la cinematograful: o dată pe săptămână în proporție de 51,4%, de 2—3 ori săptămânal 18,8%, o dată la două săptămâni 23,2% și o dată la lună 6,6%. În materie de televiziune, 57,4% din subiecți susțin că urmăresc în mod curent diferitele emisiuni, 42,2% numai în anumite zile, consumind în medie câte 2—3 ore zilnic în acest scop. Datele noastre confirmă concluziile la care ne-am referit anterior, potrivit cărora adolescenții manifestă mai puțin interes pentru radio, în schimb sporește preocuparea lor pentru lectura ziarelor și revistelor, ca și pentru audierea înregistrărilor muzicale de pe discuri sau benzi magnetice. O analiză a datelor prezentate de noi ne conduce la concluzia că, *în afara celor două extremități, (elevi mult prea dispuși pentru un consum nediferențiat și la împlinirea al diferitelor conținuturi difuzate de mass-media) și cei care refuză consumul de mass-media (reținuți) marea majoritate a subiecților investigați dau dovadă de moderație, de un consum relativ echilibrat de emisiuni de televiziune și radio, de filme etc.*

Se mai poate constata o concentrare a consumului mass-media către sfârșitul săptămânii (sîmbăta și duminica) și în zilele de vacanță. Mărturisit sau nemărturisit de subiecții noștri, aceasta vine ca o compensare a constrîngerilor impuse de pregătirea lecțiilor și de obligațiile școlare zilnice care, cel puțin în anumite perioade ale săptămânii sau ale anului școlar, solicită eforturi de muncă intelectuală destul de mari, restrîngînd adeseori la minimum posibilitatea de a se dedica altor preocupări culturale, inclusiv de natură mass-media. Mulți copii și adolescenți ne semnalează intervenția părinților în scopul de a le limita timpul pe care sînt tentați să-l afecteze televizorului, cinematografului etc. în detrimentul, poate, al studiului sau al altor ocupații. Se cuvine să facem și observația că fetele citesc mult mai puțină presă decît băieții. Există, apoi, destui preadolescenți care ani de zile rămîn doar la lectura revistei „Cutezători”, fiindu-le „străine” alte ziare și reviste. Datele obținute de noi demonstrează, de asemenea, că elevii din casele de copii ca și cei din internate în ciuda așteptărilor

noastre se găsesc oarecum într-o situație de culturalizare inferioară în raport cu cei care-și duc viața în cadrul familiei. Ei citesc foarte puține ziare și reviste, ascultă sau vizionează incomparabil mai puține emisiuni de radio și televiziune, frecventează mult mai rar cinematograful, carente care după opinia noastră îi pun în inferioritate. Și într-un caz și în celălalt este nevoie de o ameliorare a situației.

2. Mass-media în contextul celorlalte ocupații din timpul liber

Dacă argumentele aduse pînă aici ca și multe alte date empirice obținute pe baza observației curente sînt o dovadă incontestabilă că mass-media reprezintă un factor care captează timpul liber într-o proporție care nu mai poate fi neglijată, există tot atîtea temeiuri care ne îndreptătesc să afirmăm că ele au devenit totodată și un „loisir” favorizat de elevi, un fapt de varietate deosebit de agreat și chiar îndrăgit cu adevărat de către mulți dintre ei.

Sondajul de atitudine (*ierarhizarea preferințelor*) întreprins de noi în rîndurile unui eșantion de 531 elevi (321 din clasele V—VIII oraș și sat, și 210 liceeni) cu scopul de a circumscrie locul care revine principalelor mass-media în contextul altor ocupații, a scos la iveală faptul că dintr-un evantai de 20 de modalități de petrecere a timpului liber, practicate de obicei de elevi, vizionarea de filme (la cinematograful), televizionarea și radioascultarea ocupă un loc privilegiat, fiind cotate ca unele dintre cele mai prețioase îndeletniciri. Consumul de mass-media luate împreună, pentru elevii claselor V—VIII, ocupă locul al treilea în ordinea preferințelor, după sport și lectură. Privită diferențiat după mediul de proveniență și după sexe, situația se schimbă. Atît pentru băieții cit și pentru fetele din mediul urban, lectura ocupă locul întîi; pe locul al doilea se situează de asemenea lectura, însă concurată la egalitate de excursie, iar locul al treilea revine sportului concurat de mass-media. Pentru elevii din mediul rural, primul loc îl ocupă sportul, al doilea televiziunea și pe locul al treilea se situează cinematograful. Pentru băieți se menține ierarhia de mai sus a opțiunilor, însă pentru fete capătă prioritate activitățile gos-

podărești și casnice, urmate de televiziune, cinematograf și radio (luate laolaltă) și apoi de lectură.

Dacă vom lua în considerație *frecvența opțiunilor* declarate de subiecți, atunci vom constata că pe primul loc se situează sportul, urmat pe locul al doilea de lectură și pe al treilea, de cinematograf. Dacă sumăm frecvența opțiunilor pentru televiziune, pentru cinematograf și pentru radio, atunci observăm că primul loc îl ocupă mass-media, urmată pe locul al doilea de sport și în al treilea rind de lectură. Făcând distincție între oraș și sat, vom putea constata că elevii din mediul urban agreează mai întâi de toate lectura, urmată de mass-media și apoi de sport. Pentru elevii din mediul rural, capătă prioritate mass-media, urmată de sport și doar pe al treilea loc se situează lectura. Pentru elevii de liceu, locul întâi în ierarhia opțiunilor îl ocupă mass-media, urmată de lectură și apoi de sport, dar la distanțe foarte mici între ele.

Deși împărțăm impresia că relativa moderație de care cea mai mare parte a tineretului nostru școlar știe să dea dovadă în privința consumului de conținuturi difuzate prin intermediul comunicațiilor moderne de masă este un prim indiciu că acestea pot să nu împietzească întotdeauna în mod dăunător asupra altor modalități de petrecere a timpului liber, o încercare de analiză mai adâncă a datelor și observațiilor reținute se impune, totuși, cu cea mai mare necesitate. Problema principală ce se pune, este de a ști cu mai multă exactitate: ce modificări atrag după sine aceste priorități în ceea ce privește caracterul și conținutul ocupațiilor de ansamblu din timpul liber al elevilor? În ce raporturi se află aceste noi predilecții cu alte preocupări, fie de petrecere a timpului liber, fie chiar de îndeplinire a anumitor obligații școlare, sociale sau familiale? Ce dezechilibru și eventual ce restructurări apar în contextul celorlalte deprinderi și obișnuințe tradiționale de întrebuințare a timpului liber? Oare nu cumva atracția și preferința pentru formele noi de culturalizare merg în detrimentul altor tipuri de activități, altor componente ale vieții? Nu cumva extinderea preocupărilor legate de receptarea mass-media duce la restrângerea altor nevoi și căi de contact cu valorile culturii, cum ar fi lectura, frecventarea teatrului, a concertelor, vizitarea muzeelor și a expozițiilor ori a timpului rezervat altor „loisir“-uri

(exercițiului sportiv, plimbărilor, jocurilor distractive în natură etc.)? Problema crucială rămâne aceea de a determina în ce măsură deprinderile televizionării, radioascultării, a filmovizionării etc. constituie sau nu un substitut al unei vieți active, de participare a elevului la creația și interpretarea artistică (la cercurile dramatice și de arte plastice, la coruri, orchestre), la creația tehnică, științifică ori de angajare în acțiunea socială? Îndeamnă oare mass-media pe elevi la o viață reală, activă și tumultuoasă? Sau dimpotrivă, îi sustrag acesteia, îi sustrag activismului cultural, fiind vorba doar de o culturalizare pasivă? Și dacă se observă, totuși, acest lucru, care dintre preocupări se resimt cel mai mult de pe urma confruntării cu mass-media? Care dintre ele pierd cel mai mult de pe urma acestei competiții și care anume sînt mai puțin afectate? Dacă se poate vorbi sau nu de o anumită complementaritate și în ce sens? În mod similar ne putem întreba: unde apar mai evidente aceste modificări? La care vîrstă? La copiii buni sau la cei slabi la învățătură? Care elevi sînt mai atașați față de diferitele „medii de masă“ în defavoarea altora, băieții sau fetele? Cei din mediul orășenesc sau sătesc? Care dintre comunicațiile de masă duc la scăderea interesului pentru alte mijloace din aceeași categorie? Bineînțeles, facem observația că ar fi absurd să credem că asemenea eventuale modificări ar putea să fie puse exclusiv pe seama expunerii de preferință la acțiunea noilor „medii“, neglijînd o sumedenie de alte cauze care pot să intervină în orientarea intereselor. Sesizarea și disocierea cu adevărat a acestor condiționări este adeseori foarte anevoioasă, ceea ce sporește și mai mult gradul de relativitate a multor date și concluzii, oferind un spațiu și mai larg controverselor.

Înainte de a întreprinde un asemenea demers, vom prezenta în prealabil și rezultatele unui sondaj de opinii efectuat în rândurile cadrelor didactice care alcătuiesc eșantionul menționat. Fiecare persoană a răspuns la mai multe întrebări, astfel fiind întrebate dacă au impresia că televizorul, cinematograful, radioul etc. sustrag pe elevi de la alte ocupații sau restrîng din timpul liber pe care aceștia ar putea să-l rezerve altor diferite preocupări, 14,28% dintre profesori au răspuns că nu, 31,78% da, iar 53,92% că uneori. Solicitate mai departe să indice care

anume dintre ocupații ar fi mai prejudiciate, au dat răspunsuri care indică următoarea frecvență (% din lotul investigat) în ordine descrescândă:

1. pregătirea lecțiilor	50%
2. lectura beletristică	49,64%
3. plimbări în aer liber	37,14%
4. orele de somn	34,28%
5. treburile casnice, gospodărești	26,42%
6. vizionarea spectacolelor de teatru	21,78%
7. vizionarea de expoziții, muzee	15,71%
8. jocurile distractive	12,14%
9. muzica instrumentală	10%
10. sportul	9,28%
11. participarea la cercuri	8,57%
12. indeletnicirile practice	7,14%
13. muzica vocală	5,35%
14. participarea la echipe de dansuri	5%

În proporții incomparabil mai reduse, unii părinți au arătat că prezența televizorului în familie restrânge adeseori timpul care ar trebui să fie afectat jocului și plimbărilor în aer liber, pregătirii lecțiilor, lecturii și treburilor casnice și gospodărești.

Dintr-un alt set de întrebări și răspunsuri reținem deocamdată următoarele:

— În proporție de 59,28% din întregul eșantion, profesorii apreciază că mass-media stimulează pe elevi să construiască diferite obiecte, jucării, mașini și aparate miniaturizate etc.; doar 6,07% afirmă că este diminuat spiritul de inițiativă;

— 38,57% susțin că mass-media îi îndeamnă pe elevi să citească mai mult;

— 48,92% sesizează că mai ales televizorul îi obosește uneori pe copii, iar 30% adaugă că vizionarea unor filme sau programe pot să cauzeze un somn agitat și tulburări nervoase.

a. *Mass-media și lectura.* Atenția diferiților cercetători, oameni de cultură, sociologi și educatori a fost atrasă, cu deosebire, de eventualele consecințe și modificări care ar putea să survină în atracția elevilor pentru carte, în preocupările lor

pentru lectură cărții ca una din căile tradiționale cele mai eficace de acces spre valorile culturii. Mulți și-au pus și își pun nenumărate întrebări: A cedat oare cartea din importanța ei în fața comunicațiilor de masă? Există într-adevăr o concurență între mass-media și lectura cărții beletristice și științifice, de natură să disloce pozițiile dobândite de aceasta? În ce raporturi se pot afla, de exemplu, televiziunea și cartea? Va diminua sau va înlocui televiziunea mijloacele tradiționale de transmitere a cunoștințelor, a ideilor și simțămintelor umane? Sau, dimpotrivă, va favoriza dezvoltarea lecturii? Este un lucru cu totul firesc să apară atâtea semne de întrebare, de vreme ce noile mijloace reprezintă surse de cunoaștere adeseori mai lesnicioase, mai captivante și mai operative decât cartea, de vreme ce astăzi publicul — inclusiv cel școlar — învață după televiziune, radio, film etc. probabil tot așa de bine ca și după carte. Riscul ca ele să înlocuiască lectura devine cu atât mai mare cu cât opera literară poate să fie ușor înlocuită cu ecranizarea ei, lectura cu spectacolul, textul scris cu ilustrația, explicația cu descripția.

Sînt, fără îndoială, destui profesori și părinți care se plîng că elevii sau copiii lor citesc prea puțin, că nu fac destulă lectură beletristică. Și firește, adeseori sînt acuzate televiziunea, cinematograful sau alte surse moderne de cultură. Ei își dau seama că există adolescenți — de exemplu — în ochii cărora cultura s-ar impune prin alte mijloace decât prin textele imprimate. La acestea se asociază o serie de opinii susținute îndesebi de literați. Mulți dintre aceștia se tem că expunerea la mass-media se realizează în dauna lecturii; ei văd în mediile de masă un motiv de îngrijorare, căutînd să acrediteze ideea că acestea ar duce în mod inevitabil la scăderea interesului pentru carte, la subminarea cititului; că procesul de dirijare a lecturii ar fi perturbat și chiar sabotat de diversele tehnici audio-vizuale (P. Marcea).

Dacă pentru unii interinfluența dintre mass-media și carte are un sens negativ, defavorabil lecturii, pentru alții dimpotrivă, aceasta nu ar fi de natură exclusiv negativă. Receptarea unor emisiuni de televiziune sau radio, vizionarea unor spectacole cinematografice etc. pot să reprezinte acel moment social al culturii, de prim contact, mai puțin propice reflexiunii, adin-

cirii unei idei, dar în orice caz, el poate să devină foarte bine un punct de plecare pentru cel de al doilea moment, cel al retragerii, al meditației, momentul individual al culturii, de elaborare, prilejuit de lectură, de studiul bazat pe textul scris (Ecaterina Oproiu). Cu prilejul investigațiilor întreprinse de noi am întâlnit cazuri, nu prea dese totuși, când după urmărirea unei emisiuni literare, științifice sau tehnice, elevii căutau să-și procure ori să consulte cărțile care tratau subiectele vizate, să-și adîncească și să-și fixeze în memorie prin lecturi ulterioare cele ce au văzut și au auzit inițial prin intermediul televiziunii ori al radioului. În acest sens mass-media ar putea mai degrabă să înviorizeze lectura, să facă o fructuoasă propagandă în favoarea citirii, aducînd la cunoștința publicului școlar apariția de noi cărți care-i pot interesa în mod direct. Prin diferitele emisiuni consacrate poeziei, discutiilor unor cărți, prin prezentarea unor ecranizări, recenzarea unor lucrări în presă etc. se pot suscita interese, curiozități, dorințe care îndeamnă la lecturi suplimentare. Cinematograful și în mod special televiziunea și radioul, ca și presa, pot, astfel, exercita o importantă influență asupra gustului și pasiunii în materie de lectură, pot sensibiliza elevii pentru opera literară, ca și pentru cartea de știință, de tehnică, de artă, așa după cum lucrurile se pot petrece și invers. „Dialogul între autor și lector care constituie faptul literar fundamental — arată A. M. Thibaut — este profund modificat în natura lui ca și în mecanismul său, prin judecățile, comentariile și interviurile televizate. Astfel, departe de a concura lectura, televiziunea poate pregăti și introduce lucrarea unui scriitor dificil și doar parțial cunoscut; se constată o creștere destul de însemnată a cifrei de vânzări a lucrărilor popularizate prin ecran, lectura pieselor de teatru clasice, revelate seara la micul ecran” (143, p. 61). Aceeași impresie este împărtășită și de alții, care consideră, pornind de la observații curente, empirice, că astăzi copiii și tinerii nu citesc mai puțin ca în trecut, ci dimpotrivă, citesc mai mult ca oricînd altă dată și o fac cu o plăcere susținută (C. Buzinski). Pornind de la unele anchete întreprinse în câteva din țările Europei apusene, Hegele Günther afirmă același lucru, arătînd că sporirea numărului de cititori și de persoane care cumpără cărți este mai importantă în rîndurile tineretului decît

în cel al adulților și al persoanelor vîrstnice. Astfel, de pildă, 57% din cititorii unei edituri de cărți de buzunar au vîrsta de 15—25 ani. Datele unei anchete efectuate în Danemarca (1959—1966) au arătat că numărul persoanelor care cumpără regulat cărți a sporit în grupa de vîrstă 15—18 ani cu 15%, atîngînd astfel 25%; în grupa de vîrstă 18—24 ani cu 21%, ajungînd astfel la 35%; în grupa de vîrstă de 25—30 ani cu 19%, ajungînd astfel la 34%; în grupa de vîrstă de 41—50 ani cu 11%, ajungînd astfel la 22% etc... Numărul de persoane care cumpără regulat cărți a crescut cu 50% la grupul de persoane dintre 18—30 de ani. Din aceleași anchete reiese că lectura ocupă primul loc în activitățile din timpul liber, respectiv 30% față de 10% afectat radioului și televiziunii*. În R.F.G., arată același autor referindu-se la perioada anilor 1965—1969, lectura este una din ocupațiile preferate ale tinerilor muncitori (41%), ale elevilor din școlile tehnice (58%) și ale elevilor din clasele superioare de liceu (78%) (73).

Din datele prezentate de noi mai înainte rezultă că în timp ce 49,64% din cadrele didactice anchetate susțin că mass-media stînjenesce lectura elevilor, alte 38,57% dimpotrivă, consideră că ele îndeamnă și încurajează cititul cărților de literatură, știință și artă, iar 11,70% nu s-au putut pronunța într-un fel sau altul. Desigur, fără să nesocotim pericolul posibil în unele cazuri al diminuării interesului pentru lectură, am înregistrat și alte date în cercetările noastre care atestă că lectura continuă să ocupe un loc de frunte în activitatea din timpul liber pentru o mare categorie de elevi, că ea este adeseori una din preocupările lor cele mai preferate. La concluzii asemănătoare au ajuns și alți cercetători, între care A. Vasilescu (151), C. Schifirneț (125), C. Logofătu, G. E. Zborovski (157), G. Crouchon (36) și R. Dubois.

* Aceleași date probează că există o legătură strînsă între gustul pentru lectură și nivelul de instruire al celui care citește: (școala primară, 33% telespectatori asidui și 47% cititori asidui; primul ciclu al școlii secundare 27% telespectatori asidui și 51% cititori asidui; al doilea ciclu al școlii secundare, 23% telespectatori asidui și 58% cititori asidui; bacalaureat sau învățămînt superior 15% telespectatori asidui și 64% cititori asidui (73). (Este adevărat însă că în timpul consacrat lecturii este inclusă și citirea ziarelor, a revistelor, a magazinelor etc.).

Dacă se observă, totuși, o scădere a interesului pentru lectură la anumiți copii și adolescenți, atunci se presupune că acest fenomen provine nu din „nemodernitatea lecturii” în raport cu alte mijloace de informație, ci din alte cauze: greșeli de ordin educativ, obișnuință, particularități psihologice individuale etc. Pedagogul polonez Edward Fleming constată în lucrarea sa „Televiziunea în educație și instrucție” din 1963, că, în ceea ce privește cititorii cu un atașament stabil pentru lectură, intrat în obișnuință, format încă din copilărie și dirijat de școală, televiziunea și filmul nu-i sustrag decît de la literatura de proastă calitate. Un punct de vedere asemănător îl găsim și la H. R. Cassirer, care susține că cei cu o cultură formată pe baza lecturii și a cărții preferă cartea în locul altor mijloace mai noi, cum ar fi televiziunea. În alte cazuri — menționează același autor — educatorii semnalează că elevii care au dificultăți de citire, sau a căror imaginație nu știe să dea viață paginilor imprimate, se pare că recepționează în mod special mai bine emisiunile de televiziune, instrument care are mai multe șanse de-a face să vibreze corzile care rămîn mute în fața paginilor. W. Brish, citat de Cassirer, face observația că întrucît cititul este un lucru dificil, nu toți elevii au aceeași capacitate, că unii învață mai greu să citească; cei din această categorie sînt considerabil ajutați de televiziune; tehnica lecturii însușită de ei este insuficientă, ceea ce îi face să înțeleagă mai anevoios și această insuficiență tinde să dispară cînd elementele vizuale sînt întrebuintate în mod eficace de televiziune (21, p. 162).

Există suficiente posibilități ca prin noile căi video și audio să se poată netezi drumul spre carte; un anumit mod de utilizare a televiziunii, a radioului și presei poate sprijini „consumul” de carte, completînd astfel tradiționalele moduri de formare a deprinderilor de lectură (73). Nu este vorba neapărat, deci, de a submina cultura scrisă, prin noile mijloace de culturalizare și nici de a o suplini. Se pot găsi multe soluții pentru raporturile profunde dintre aceste modalități de cultură — tradiționale și moderne — să evolueze nu în direcția concurenței neloiale, ci spre o coexistență și o colaborare, spre o împlinire reciprocă (Ecaterina Oproiu); noile mijloace nu duc în mod fatal la dezadaptarea (dezobișnuirea) omului de la re-

lațiile sale tradiționale cu cartea (H. Wald); lectura nu numai că nu pierde din importanță, dar odată cu apariția noilor mijloace de comunicare, ea cîștigă în pondere informațională și formativă (P. Popescu-Neveanu). Cartea este și va rămîne multă vreme instrumentul de bază al culturii speculative, literare, dar va trebui să ne obișnuim cu ideea că o cultură firească a tehnicii, a științei, a istoriei și a geografiei va ceda tot mai mult terenul unei culturi care va recurge la noile mijloace de comunicare (M. R. Bonnet, după Cassirer — 21).

Unele cercetări întreprinse în Franța pun în evidență o anumită dinamică a raporturilor dintre lectură și televiziune, după capacitățile intelectuale ale copiilor și evoluția lor în vîrstă. Astfel, Ane Marie Thibaut ajunge la concluzia că în cursul primilor ani de studiu, cei care utilizează cel mai mult televiziunea sînt tocmai copiii cei mai inteligenți. Ei trag cel mai mare profit de pe urma vizionării unor programe, ajungînd pînă la un an avans față de alți copii în ceea ce privește vocabularul, de exemplu. Dar după 12—13 ani, din contră, copiii cu o activitate mentală mai lentă sînt aceia care ar obține avantaje mai mari de la televiziune, în timp ce copiii inteligenți utilizează din ce în ce mai mult textele imprimate (143). Alte cercetări arată că cei care citesc puțin, din cauza instabilității lor, rămîn în general tot atît de puțin în fața postului receptor, deoarece și una și alta dintre aceste activități — lectura și vizualizarea — cer imobilitate, atenție și o oarecare concentrare care nu convin copiilor turbulenți și instabili, prea expansivi (21, p. 61).

În orice caz, dezvoltarea gustului și a dragostei pentru lectura cărții rămîne și mai departe o sarcină a tuturor factorilor de cultură și educație. Și întrucît cultul cărții este un atribut care se însușește cu precădere în anii de școală, este de datoria școlii în primul rînd (și a familiei) să acorde toată atenția cultivării unui interes viu și constant pentru literatură, pentru carte, fundat pe obișnuințe bine consolidate încă din copilărie. În condițiile unei munci educative juste în vederea promovării interesului și a pasiunii pentru lectura beletristică și științifică, aderența tineretului școlar la mass-media nu va împieta asupra cititului, asupra raportului care ar trebui să se stabilească între cititor și carte. Nu este mai puțin adevărat că

și cartea școlară sau neșcolară ar trebui să facă un efort de modernizare, să se adapteze mai rapid și mai eficace noilor schimbări intervenite în rindul mijloacelor de informație și de comunicare specifice epocii în care trăim, să capete un coeficient mai mare de atracție în conținut și formă de prezentare, dacă vrem să cucerească mintea și inima școlarilor noștri, dacă vrem să nu rămână prea greoaie, pedantă și prea puțin atractivă în comparație cu ceea ce oferă alte mijloace de difuzare a cunoștințelor.

b. *Comunicațiile de masă și teatrul.* Desigur, Caragiale (ca și Molière, Shakespeare, Cehov etc.) poate fi citit, văzut (pe scenă ori pe ecran) sau jucat. Între aceste modalități de contact și de trăire a operei dramatice există nuanțe destul de pronunțate și cu ecouri tot atât de diferențiate asupra cititorului, a spectatorului de teatru, a spectatorului de film sau de televiziune, ori asupra celui care interpretează și dă viață operei prin jocul personal de scenă. În raport de aceste multiple posibilități există tot atât de multe atitudini și opinii. Mulți apreciază că tineretul școlar este atras de spectacolul oferit de mass-media (televiziune și cinematograf) în detrimentul unui contact direct cu teatrul autentic, jucat pe scena așezămintelor culturale tradiționale (sala de teatru, de operă, de operetă, casa de cultură, căminul cultural etc.). „Atita vreme cit teatrul a fost singurul care a oferit tinerilor spectatori mirajul situațiilor dramatice, mai bogate în aventuri decât propria lor existență, arată J. Rousselet, el a avut asupra imaginației lor puterea pe care o deține azi cinematograful. Azi lucrurile nu mai stau așa.“ (120, p. 237). Se aud tot mai multe voci îngrijorate, izvorâte din constatarea amară că rareori sălile de teatru sînt asaltate de tineret, fie de cel care a părăsit de curînd băncile școlii, fie de cel care încă nu a absolvit învățămîntul. Unele date de la noi arată că media de vîrstă a spectatorilor de teatru trece mult peste 27 de ani (cf. *Scînteia*, 15. II. 1970). Deși unii caută să găsească explicația, cu precădere, tocmai în această presupusă concurență a televiziunii și cinematografului, ancheta noastră în rîndurile profesorilor de la orașe confirmă doar parțial acest punct de vedere, întrucît numai 31,61% dintre ei se declară a fi de această părere. Totuși, faptul în sine trebuie luat în considerație.

Alții, cărora ne asociem și noi, fără a subaprecia concurența micului și marelui ecran în defavoarea teatrului, înclină să considere că rădăcinile unor mentalități de înstrăinare de teatru, de lipsă de interes pentru spectacolul dramatic, sînt mult mai adînci și ele ar trebui căutate în deficiențele educației, ale celei estetice în special, care nu a creat la elevi obișnuința de a merge la teatru, de a simți plăcerea unei serii de spectacol, nevoia unui contact nemijlocit cu momentul de artă dramatică totdeauna viu și unicat, original, pe care-l oferă ceea ce este jucat pe scenă. Mai mult chiar, lipsa de predilecție pentru teatru ar trebui căutată, în cele din urmă, în ineseși neajunsurile instituțiilor teatrale, ale repertoriilor și ale calității spectacolelor care ar trebui să reflecte cu mai multă pregnanță și profunzime problematica specifică a tineretului de azi, inclusiv a copilăriei și adolescenței, să fie mai receptivă la solicitările și așteptările tinerilor spectatori.

De asemenea, formele de atragere a tineretului școlar pentru teatru sînt legate în insuficientă măsură de răspîndirea culturii teatrale, de educația dramaturgică. În general, considerăm că se face încă mult prea puțin pentru pregătirea tinerilor spectatori de teatru, pentru o permanentă primenire a generațiilor care frecventează sălile de spectacole cu maximum de interes. Școlile întreprind mult prea puține inițiative pentru a facilita drumul elevilor spre înțelegerea adevăratelor creații de dramaturgie, iar instituțiile teatrale întreprind și ele puține acțiuni în vederea „teatralizării“ publicului infantil și adolescentin.

Există însă și susținători ai altor puncte de vedere, care se străduiesc să ne convingă că televiziunea, de exemplu, poate să facă o veritabilă operă culturală de popularizare a valorilor dramatice naționale și universale, chiar și moderne, selectînd cu grijă creații de profund umanism și înaltă ținută artistică. Și într-adevăr, televiziunea română oferă o abundență de spectacole dramatice care fac cunoscut teatrul unui public larg, din cele mai îndepărtate colțuri ale țării. Este cert că în felul acesta a fost lărgită și masa publicului școlar spectator de teatru, care manifestă un interes sporit pentru acest gen literar. Este interesant de observat că atât teatrul televizat cît și cel radiofonic și-au cîștigat o apreciazabilă audiență în rîndurile școlarilor. Cercetările noastre arată că preferințele pentru

teatrul televizat sau radiofonic ocupă un loc de frunte în ierarhia opțiunilor și solicitărilor de care sînt animate diferitele vîrste școlare (vezi „Configurația preferințelor” din capitolul următor). Se poate spune că televiziunea și radioul pun de timpuriu copilul în contact cu cele mai variate experiențe din domeniul spectacolului. Ca urmare a acestui fapt, E. Tarroni și alții consideră că ar fi posibil ca însăși experiența teatrală proprie a copiilor să fi devenit extrem de precoce și poate chiar mai profundă decît cea a generațiilor infantile din trecutul nu prea îndepărtat.

Rămîne, totuși, un semn de întrebare în legătură cu participarea activă, a adolescenților și tinerilor mai ales, la mișcarea amatorismului de teatru. Joacă astăzi elevii noștri mai puțin teatru ca în trecut? Participă ei oare mai mult sau mai puțin activ la cercurile dramatice? Interesul și plăcerea lor de a pune în scenă diferite opere dramatice, de a organiza spectacole sînt în scădere sau în creștere? Răspunsurile sînt destul de diferite și în această privință. Cercetările noastre întreprinse asupra colectivelor de elevi amintite relevă faptul că la respectivele școli activitatea cercurilor dramatice este aproape inexistentă, că programul serbărilor școlare organizate în ultimii ani se compune, adeseori, aproape în exclusivitate din: cîntece interpretate de elevi soliști, de mici grupuri vocale și instrumentale, de coruri, dansuri populare, recitări, exerciții sportiv-artistice, scenete coregrafice. Lipsesc în schimb scenete, scheciuri, monologuri dramatice, piese de teatru puse în scenă de elevi. Vina o poartă mai mulți factori.

Dar se poate spune oare că atitudinea activă a tineretului școlar pentru jocul teatral a fost estompată exclusiv de acțiunea televiziunii, a cinematografului sau a radioului? Lipsurile pot fi găsite numai în aceste cauze? Nu cumva au slăbit și preocupările școlii în această direcție? Și nu cumva organizațiile de copii și tineret, casele de pionieri ori casele de cultură pentru tineret stimulează în insuficientă măsură atragerea școlarilor la activitățile dramatice care ar media însușirea mijloacelor de expresie specifice artei dramatice și ar duce la creșterea interesului pentru ea? Asupra acestor chestiuni va fi nevoie să reflectăm cu toții și cu cea mai mare atenție înainte de a arunca întreaga vină asupra televiziunii sau a cinema-

tografului. Cu atît mai mult cu cît în școlile în care au existat preocupări de acest gen s-au obținut realizări remarcabile, ca de pildă în liceul „George Călinescu” din București, unde elevii au reușit să transpună în scenă, într-o foarte frumoasă interpretare, romanul *Enigma Otiliei*.

c. *Mass-media și muzica*. Și în această privință există mulți care susțin că acum copiii ar cînta mai puțină muzică vocală și instrumentală decît altădată. Aceasta s-ar resimți negativ și asupra activității corale din școli, a organizării unor orchestre, fanfare sau a altor formații artistice de acest gen. Muzica ar deveni, odată cu invazia noilor mijloace de comunicare, un „zgomot de fond” al vieții cotidiene, ceea ce ar atrage după sine pierderea gustului de a cînta în mod efectiv, înlocuirea exercițiului muzical cu ascultarea pasivă a muzicii transmise (9).

Alții sînt de părere că mass-media facilitează enorm de mult contactul cu muzica, mai ales în genurile ei facile (muzica ușoară, de dans etc.), ceea ce ar stînjiți oarecum contactul cu muzica clasică, cu concertele simfonice, cu opera, teatrul muzical și de balet etc. De asemenea, se susține că facilitatea intrării în contact cu muzica oferită de tehnicile audio-vizuale ar fi plătită cu prețul deteriorării experienței muzicale autentice. Datele de care dispunem nu ne permit să facem aici o evaluare critică de profunzime asupra urmelor pe care le lasă impactul mass-media asupra formării muzical-estetice a tineretului. Înșiși profesorii de muzică solicitați nu ne-au putut oferi elemente destul de concludente. Problema în sine este mult prea serioasă și dificil de abordat deocamdată. Totuși, nu se pot trece cu vederea unele fapte și realități. Astfel, dacă în trecut o masă mare de copii, mai ales cei din mediul sătesc, nu aveau fericirea să asculte decît taraful sau lăutarii satului din cînd în cînd, astăzi, zilnic ei au posibilitatea să asculte și să simtă farmecul muzicii, să trăiască clipe de vibrație sufletească. Față de o perioadă nu prea îndepărtată, sînt semne că sensibilitatea muzicală a copiilor se modifică, accentuîndu-se capacitatea lor de a prinde melodia și elementele esențiale ale ritmului, iar obișnuința de a asculta și cînta cîntece în alte limbi

ar fi susceptibilă să deschidă barierele lingvistice, susține E. Tarroni (135).

Datorită unui repertoriu muzical extrem de variat pe care radioul și televiziunea, discurile și benzile de magnetofon îl fac accesibil în mod cotidian marelui public, copiii și adolescenții se află în contact sistematic și pasionat cu muzica, sint cuceriti de cele mai noi și izbutite șlagăre, de cele mai autentice melodii populare. Ei și le însușesc aproape instantaneu și apoi le fredonează, le cîntă cu cea mai mare plăcere; sint la curent nu numai cu repertoriul de cîntece cele mai agreate, dar sint familiarizați și cu cei mai îndrăgiți interpreți. Rămii adeseori uluit de bogăția de melodii pe care și le-au asimilat copiii, de plăcerea de a le asculta și interpreta ei înșiși. M-am convins odată în plus de acest fapt, în împrejurări cu totul întîmplătoare. În 1970 efectuam o inspecție școlară în pitorescul oraș de munte Domnești, județul Argeș. Camera de oaspeți în care eram găzduit se afla în același corp de clădire cu sălile grădiniței de copii. Într-una din zile, pe cînd îmi redactam liniștit procesul-verbal de inspecție, alături se desfășura ora de muzică la grupa mare, care vrînd-nevrînd, mi-a atras atenția. Tovarășa educatoare, fără a bănuî că cineva ar putea auzi prin ușa blocată ce despărțea sala de clasă de camera vecină, a trecut în revistă cu copiii toate cîntecele pe care ei le cunoșteau mai bine. Am notat, astfel, peste 19 cîntece interpretate în condiții excepționale de grupa respectivă de copii. Trebuie să mărturisim însă, spre surprinderea noastră, că nu cîntecele învățate la grădiniță au avut ponderea cea mai mare sau au fost cîntate cu mai multă însuflețire de copii. Dimpotrivă, au predominat diferitele cîntece de muzică ușoară (și cîteva populare) de mare circulație în vremea aceea, transmise mai des de radio-televiziunea noastră și care cuceriseră chiar și pe cei mai mici ascultători. Plecînd de la această observație, am extins investigațiile noastre asupra elevilor din clasele I—IV ale școlii generale din aceeași localitate ca și din alte cîteva menționate la locul potrivit. În acest sens am solicitat elevii claselor respective să interpreteze în colectiv sau individual acele cîntece pe care ei le considerau cele mai frumoase și mai bine știute. Surpriza nu mi-a fost mai puțin mare nici de data aceasta. Am constatat că melodiile de muzică

ușoară și populară învățate în afara școlii sint preferate de copii și incomparabil mai bine interpretate decît cele învățate în clasă, mult mai restrînse și ca număr. Poate și programa de muzică are neajunsurile ei. Și poate însăși predarea muzicii, ca și a desenului și educației fizice, la aceste clase continuă să fie foarte mult și nepermis de neglijată. Cu prilejul efectuării cercetărilor noastre la școala generală nr. 24 din orașul Ploiești (1970), în convorbirile avute cu un grup de eleve din clasele a III-a și a IV-a, ele mi-au relatat cu mult lux de amănunte cum organizează „după blocuri” un festival în miniatură „Cerbul de aur”, distribuția rolurilor, repertoriul de cîntece, artistele pe care le imită fiecare, publicul auditor etc. Punîndu-le să interpreteze cîteva din cîntecele preferate, am rămas plăcut impresionat de posibilitățile lor vocale, de memoria cîntecelor și chiar de capacitatea lor de a imita gesturile, mimica și vocea unor interprete.

La fel este de observat că accesibilitatea crescîndă a discurilor și a înregistrărilor pe bandă de magnetofon intensifică și mai mult contactul cu muzica de dans, înlesnind adolescenților și tinerilor posibilități sporite de practicare a dansului modern, a reuniunilor în mini-colectivități distractive, fapt care nu trebuie neapărat să ne îngrijoreze atunci cînd cunoaște anumite limite și se asigură un anturaj și un climat sănătos și nu unul dubios. Se pot observa, de asemenea, preocupări asidue la mulți adolescenți și tineri de a-și înjgheba o discotecă sau fonotecă proprie, alături de biblioteca personală. O problemă de educație rămîne însă esențială: cum am putea determina la elevii noștri o trecere de la gusturi și pasiuni pentru genurile facile ale muzicii spre gusturi și pasiuni elevate, generate și întreținute de diferitele genuri ale muzicii culte?

d. *Mass-media și activitatea creatoare a elevilor.* Odată cu integrarea masivă a comunicațiilor de masă în lumea copiilor și adolescenților au sporit temerile că există pericolul nu numai al invaziei facilității în sfera preocupărilor din timpul liber, ci și al promovării pasivității în detrimentul activismului, a încurajării leneviei spirituale în defavoarea unei conduite efervescente, de inițiativă în acțiune și de originalitate. Se pre-

supune — după unii — că noua civilizație a tehnicilor moderne de comunicare ar transforma progresiv populațiile — începând cu generațiile cele mai tinere — într-un agregat de indivizi pasivi, consumatori prin excelență ai „bunurilor culturale“, împiedicându-i și dezobișnuindu-i să mai ducă o viață consacrată efortului personal de creație și re-creație a mediului cu care intră în contact, atrofiindu-le ambiția afirmării lor ca personalități (D. J. Boorstein, citat după 43). Și J. Rousselet este inclinat să considere că, deoarece este mai ușor să privești decît să acționezi, abuzul de televiziune tinde să stînjenească multe alte ocupații legate de exercițiul unor înclinații și aptitudini și prin aceasta „...riscă să atrofieze multe talente și predispoziții artistice, condamnînd mulți tineri să rămînă toată viața simpli spectatori“ (120, p. 233). Din fapt de cultură, convertind mijlocul (difuzarea culturii) în scop, mass-media ar deveni în consecință un act de anticultură, deoarece îndepărtează pe copil (pe tînar, pe om) de latura lui cea mai umană — creația personală (O. Neamțu).

Faptul că cei care aparțin noilor generații citesc mai mult, ascultă mai mult, privesc mai mult, discută mai mult nu i-ar îndepărta oare de acțiune, de dinamica vieții, făcîndu-i să-și creeze iluzia păgubitoare că ceea ce există în mintea lor ar exista și în realitate, că ceea ce au decis sau rezolvat mental se înfăptuiește de la sine, fără nevoia unui efort special? — se întreabă Tr. Herseni (77). Se aduc obiecții că mass-media ar avea repercusiuni negative asupra atracției și atragerii elevilor spre creația tehnică și cea științifică, spre creația literar-artistică și cea socială.

Firește, nu putem nesocoti îngrijorările exprimate. Nu putem subestima pericolul unei posibile înăbușiri sau diminuări a tendințelor specific umane de creație, dar, după opinia noastră nu trebuie, totuși, să exagerăm sau să absolutizăm lucrurile. În primul rînd nu putem aplica același tratament tuturor comunicațiilor de masă și mai ales tuturor conținuturilor și influențelor ce le exercită. Dimpotrivă, există nenumărate emisiuni de televiziune și radio, filme și publicații care comunică atîtea și atîtea informații și mesaje ce se pot transforma cu ușurință în motive ale unor activități de creație și afirmare personală. Putem să amintim, de exemplu, emisiunea-concurs

de construcții tehnice pentru pionieri și elevi denumită „Ex-Terra“ care a reușit să mențină un dialog bilunar pe micul ecran cu micii constructori modelați, stimulînd fantezia și inițiativa lor creatoare. Alte emisiuni aduc sistematic în centrul atenției exemple de variate activități care au angajat într-un fel sau altul un efort de creație al copiilor și tinerilor din diferite colțuri ale țării, atît pe tărîmul cîntecului și al jocului, al teatrului și poeziei, al artelor plastice și construcțiilor tehnice, cît și pe cel al vieții sociale, practice. Toate acestea suscită interesul și plăcerea celor mai tinere vîrstare de-a se dăruî cu entuziasm și pasiune activităților de acest gen, sugerate pe aceste căi. La fel, unele reviste, cum sînt „Cutezători“, „Racheta cutezătorilor“, „Freamăt“ etc. și-au propus să trezească și să întrețină în mod asiduu interesul și atracția copiilor pentru o gamă largă de creații și îndeletniciri cu caracter practic, pe care apoi ei înșiși și le pot autoimpune. Dar contribuția cea mai lăudabilă a acestor periodice constă, după părerea noastră, în inițierea diferitelor concursuri: de creație literar-artistică — poezii, reportaje, schițe, foiletoane, anecdote umoristice, schițe fantastico-științifice, șarade, benzi desenate, caricaturi, desene, fotografii etc.; de creație de jocuri distractive și jucării; de construcții tehnice — avioane, rachete, navo-mo-dele, mașini, aparate, radio-receptoare etc., confecționarea de obiecte de uz practic etc. Toate acestea pun elevilor probleme, le creează ocupații, preocupări, îi îndeamnă să se documenteze suplimentar, să se informeze asupra unor aspecte ale dezvoltării științei, tehnicii, artei etc., să răsfoiască anumite cărți, reviste, enciclopedii etc. unde ar putea găsi datele necesare; pun în joc imaginația și fantezia creatoare, spiritul de invenție și inovație, obligîndu-i pe cei interesați să deseneze, să coloreze, să facă schițe, să conceapă, să construiască, să-și materializeze ideile în diferite obiecte. În plus, asemenea concursuri creează o anumită emulație și stimulație, îi obligă pe copii să persevereze în rezolvarea diferitelor sarcini pe care și le asumă voluntar și care solicită încordare mintală și fizică, efort creator. Este suficient să amintim aici concursurile „Miniteh-nicus“, lansate anual de revista „Cutezători“ și care au declanșat o adevărată efervescență de creație în rîndurile unor categorii importante de pionieri și școlari, antrenîndu-i la

acțiuni care au ocupat o parte însemnată din timpul lor liber. Putem să observăm, de asemenea, cum unele emisiuni destinate copiilor se prelungesc în diferite indeletniciri ale acestora. În desenele sau mulajele lor din plastilină, în compoziții literare și obiecte confecționate de ei, transpar adeseori subiecte și personaje, elemente noi și modele de execuție inspirate sau sugerate de filmele de desene animate, de scenetele emisiunii „1001 de seri”, din episoadele altor seriale etc. În însuși conținutul jocurilor lor pătrund elemente de creație deduse din cele văzute la televizor. Ba chiar o creație mult mai subtilă, ca cea literară, face loc unor reprezentări obținute din contactul cu micul sau marele ecran; cuvinte, expresii, aluzii, fapte, personaje, eroi etc. pătrund cu ușurință în ceea ce am denumi „creația folclorică a copiilor”. Poate tocmai în asemenea manifestări trebuie să căutăm explicația de ce anume 59,28% din învățătorii și profesorii anchetați, chiar peste așteptările noastre, afirmă că mass-media îi stimulează pe elevi la diverse activități cu caracter creativ.

Este incontestabil însă că și în această direcție, cu mai multă ingeniozitate în concepție și organizare, radio-televiziunea și publicațiile destinate tineretului de vîrstă școlară ar putea obține realizări și mai importante decît cele înregistrate pînă acum și este îmbucurător că în ultimul timp se resimte un suflu innoitor și în aceste domenii. Pentru noi pare foarte sugestivă observația unei eleve din clasa a VII-a, satul Șanț, care însemna în chestionarul pe care urma să-l completeze: „Mă interesează să aflu ceva ce aș putea și eu face”. Într-o formă sau alta aceeași dorință au exprimat-o și alți elevi. Ea corespunde activismului, spiritului de acțiune și efervescenței ce caracterizează aceste vârste. Or, este și de datoria mass-media să întrețină în forme specifice lor acest neastîmpăr viu al cugetului și faptei, să pregătească cu subtilitate acest „ceva ce aș putea și eu face”. Și cu cît mass-media vor reuși să cultive conștiința afirmării creatoare a tineretului, cu atît mai mult va spori și forța lor educativă.

e. *Mass-media și participarea la munca gospodărească.* Timpul acordat treburilor gospodărești scade simțitor; obligațiile casnice pe care în mod firesc ar trebui să și le asume copiii și

tinerii în cadrul familiei sînt din ce în ce mai mult neglijate, afirmă unii pedagogi, inclusiv 26,42% din educatorii investigați de noi. Indeletnicirile practice, manuale, se reduc și ele; bruma de educație prin muncă în familie aproape dispăre, spun alții. Pe de altă parte unii susțin că nu întotdeauna și nu toate mijloacele de comunicație sustrag de la asemenea ocupații. De exemplu, se poate observa la copii ca și la adolescenți, la tineri ca și la adulți că ascultarea emisiunilor de radio poate avea loc și concomitent cu practicarea altor ocupații. Urmărirea acestor emisiuni nu presupune o concentrare exclusivă a atenției, o întrerupere totală a oricărei alte activități, ci se poate desfășura foarte bine pe fondul altor preocupări. Astfel, fetele pot să croșeteze ori să coasă, să facă curățenie ori să spele, să gătească ori să îngrijească de frățiorii mai mici în timp ce ascultă teatrul la microfon, buletinul de știri, programul de muzică ușoară ori de varietăți etc. În mod asemănător se poate vorbi și despre alți elevi. În timp ce ei se pregătesc să meargă la școală, ori citesc sau își fac lecțiile, scriu, desenează etc. ascultă și muzică la radio, audiază un disc ori o înregistrare de pe banda magnetică. Radioul permite, deci, o imbinare (conjugare) între diferitele activități, unele zise primare și altele secundare care se pot adeseori desfășura simultan fără să se stînjenească prea mult între ele. Bineînțeles că nu întotdeauna cuplajul radio-ascultare — învățare este suportat cu ușurință de oricare dintre elevi, aceasta depinzînd de o serie de factori subiectivi asupra cărora nu putem insista aici. De asemenea, mulți își pun întrebarea dacă este recomandabilă sau nu o astfel de manieră de a învăța sau de a-și pregăti lecțiile. Desigur, și în această privință, se pot aduce multe argumente pro și contra. Depinde însă în foarte mare măsură de conținutul și caracterul sarcinii concrete de învățare, de starea de odihnă sau oboseală a elevului, de obișnuințele lui de muncă intelectuală, de ambianța mediului în care s-a deprins să lucreze etc.

f. *Mass-media și petrecerea timpului liber în mijlocul naturii.* Pentru mulți, televizorul ar izola copilul în casă, într-un microclimat lipsit de prezența factorilor naturali — aer, apă și soare. Țintuit astfel de micul ecran, el ar fi tentat să renunțe să mai

iasă la aer liber, la sport, la plimbări cu prietenii săi, la joacă pe afară, la drumeții, excursii etc., sau pur și simplu ar restringe din timpul pe care ar trebui să-l rezerve mișcării, exercițiului fizic. De altfel știm cu toții cât de repede își părăsesc unii copii joaca și aleargă la televizor atunci când se apropie emisiunea „1 001 de seri”, ca să ne referim doar la acest exemplu. În fața televizorului și a cinematografului copiii ar uita, oarecum, cu ușurință de plăcerea contactului cu cel mai mare spectacol — natura. De aceea, pentru cei care împărtășesc acest punct de vedere, televiziunea și cinematograful sau alte media de acest gen devin nu numai o anti-școală, ci și o anti-natură (115).

Unei asemenea rețineri de la mișcare, de la petrecerea orelor de răgaz în aer liber, care ar accentua și mai mult sedentaris-mul, formarea acelui om contemporan foarte plastic denumit de unii „*homo-artifex*”, ar fi necesar să-i opunem o înviorare a activității fizice, stimulind și mai mult atracția tineretului pentru diversele forme de activitate recreativă în aer liber (jocuri, sport, plimbări, drumeții, excursii, turism etc.), îmbunătățirea activității de educație fizică și sport în rindurile tineretului studios de toate vîrstele.

g. *Concurența dintre diferitele comunicații de masă.* După anumiți cercetători, singurele „loisir”-uri sacrificate nu ar fi numai cele tradiționale, ci și unele dintre cele mai recente, legate de prezența radioului și a cinematografului. Se consideră, de exemplu, că televiziunea a cîștigat teren în detrimentul radioului și al cinematografului. Timpul de ascultare a emisiunilor radiofonice s-ar reduce simțitor, iar sălile de cinematograf ar fi și ele tot mai puțin asaltate de elevi. O anchetă efectuată în Franța de Henri Vogel (citată după J. L. Lescène) stabilește, bunăoară, că elevii interogați preferă să privească la televizor mai mult decît să meargă la cinematograf (90). Alte date arată că frecventarea cinematografului și audierea programelor de radio se reduc cu 50% în perioada imediată cumpărării televizorului în familie (cel puțin în primele trei luni). Treptat, situația s-ar redresa, însă frecventarea cinematografului ar deveni mai selectivă acum pentru mulți adolescenți și tineri. După datele noastre, radio-ascultarea ocupă un

loc destul de modest (al 16-lea) în ierarhia opțiunilor manifeste ale elevilor.

Alte opinii, pornind de la strînsa legătură ce există între televiziune și cinematograf, înclină să susțină că micul ecran nu ar duce neapărat la scăderea interesului școlarilor pentru film, dacă ținem seama că televiziunea este și o modalitate de proiectare a filmelor. O cercetare întreprinsă în Suedia ajunge la concluzia că extinderea vertiginoasă a televiziunii nu a dus la o reducere semnificativă a frecvenței cinematografelor de către elevii claselor VI—VIII cuprinși în anchetă (109). Cercetările efectuate de noi confirmă acest punct de vedere, deoarece datele înregistrate situează opțiunile elevilor pentru cinematograf foarte apropiate de cele exprimate în favoarea televiziunii. Pentru mulți elevi atracția televizorului se explică tocmai prin atracția filmelor proiectate, în special a serialelor (vezi „Configurația preferințelor”).

h. *Mass-media și amplificarea discuțiilor din timpul liber.* Pentru copii și mai ales pentru adolescenți, fie băieți, fie fete, cele văzute pe micul sau marele ecran, cele citite în reviste sau ascultate la radio devin adeseori subiecte favorite de discuții, de interpretări și comentarii, de schimb de impresii și de idei, prilej de confruntări de opinii și de atitudini, provocîndu-le o mare satisfacție. Am putea spune că, din acest punct de vedere, mass-media este o lume comună care-i apropie pe copii, pe adolescenți, care-i îndeamnă să comunice și mai mult între ei, să facă observații și aprecieri critice, să emită judecăți de valoare. Așa cum reiese din anchetele noastre, marea majoritate a elevilor din clasele V—VIII simt nevoia și plăcerea să vorbească despre cele văzute și auzite: 28% din răspunsurile date arată că ei poartă discuții spontane în cadrul familial, cu părinții, frații și surorile ori bunicii; 69% în cercul colegilor și prietenilor; 3% cu alte persoane. Fiecare discută despre subiectele preferate la un moment dat: despre actualități, actori, vedete, eroii serialelor, scene și tehnici de luptă, modă (fetele) și sport (băieții); despre realizările tehnice și științifice, curiozități de pe diferite meridiane, evenimente politice etc.

Cei mici pun multe întrebări celor din jur chiar în timpul vizionării programului de televiziune de exemplu. Ei au o experiență limitată și adeseori le este dificil să facă distincție între ceea ce este scenariu, ficțiune, anticipație și realitate, între ceea ce aparține filmului sau realului (140). „Dar există cu adevărat?” Iată una din întrebările cele mai frecvente cu care părinții sau frații și surorile mai mari sînt nevoiți să se obișnuiască și să găsească explicațiile cuvenite. Toate acestea reprezintă cea mai bună dovadă că mesajele comunicate de mass-media (conținutul filmelor de exemplu) nu sînt doar „consumate”, atîta vreme cît ele suscită întrebări, dau naștere la discuții, uneori nu ușoare, izvorîte din necesitatea unor mai bune clarificări. A pune întrebări și a discuta constituie în fond semnul unei activități mentale reale, a unui efort de gîndire care poate duce la raționalizarea (intelectualizarea) impresiilor, la distilarea efectelor, la sesizarea sensului emoțiilor. Discuțiile duc la un fel de metamorfozare a impresiilor generate de mass-media în acte de gîndire, în judecăți; trăirile, efectele sînt convertite într-o expresie de ținută culturală și socială-morală (31). Antrenați în discuții, copiii se lasă influențați cu ușurință de părerile micro-grupului din care fac parte, eventual de cele ale liderului de opinie, fapt ce are semnificația unei adevărate retransmiteri pe calea relațiilor inter-personale a celor ce au fost odată receptate.

Din toate aceste schimburi de informații și de simțăminte, personalitatea fiecăruia se îmbogățește. Se dezvoltă capacitatea copiilor de valorificare culturală, estetică și etică a conținuturilor difuzate de mass-media. În același timp discuțiile devin un liant care contribuie la închegarea micro-grupului familial sau colegial, ori a cercului restrîns de prieteni; ele facilitează oarecum o integrare spontană a individului în contextul de vederi și interrelații ce caracterizează micro-grupul social căruia îi aparține. Iată pentru ce putem considera discuțiile inteligente ca o prelungire a efectelor filmelor văzute, a emisiunilor receptate etc., un ajutor în structurarea sistemului de valori pe care cele mai tinere vlăstare sînt în curs să și le aproprie.

Numai că acest sprijin implică o mare grijă și răspundere principală, comunistă, în legătură cu aprecierile care se fac,

cu explicațiile și lămuririle care se dau, cu conținutul comentariilor și discuțiilor care se poartă, cu intențiile și interesele care animă pe interlocutorii de fiecare zi cu care copiii și tinerii angajează asemenea schimburi de părerii.

i. *Mass-media și programul de studiu.* Deși pregătirea lecțiilor nu este o componentă a timpului liber, totuși, există primejdia unei imixtiuni a televiziunii, a cinematografului, a radioului, a discului, a revistelor etc. în programul normal de studiu al elevilor, cu toate perturbațiile și consecințele ce decurg de aici. Într-adevăr, întîlnim mulți părinți care susțin că mass-media răpesc din timpul destinat învățaturii, determinîndu-i pe elevi să negligeze studiul, să pregătească în pripă și superficial lecțiile, ceea ce ar constitui una din cauzele care explică anumite rămîineri în urmă la învățătură, cel puțin pentru unii elevi. Același lucru îl susțin și 50% din profesorii și învățătorii cuprinși în aria investigației noastre. Mai mult decît atît, obișnuirea cu mass-media ar deturna atenția de la studiu, ar dezvolta la copii dezinteresul față de școală, aceștia nemaifiind deprinși să depună un efort susținut de muncă intelectuală; ar contribui, în cele din urmă, la slăbirea autorității educatorilor direcți ai copilului (E. Tarroni). Este adevărat, se ivesc și asemenea situații cînd anumiți elevi fug efectiv de la ore ca să poată vedea un film (vezi ancheta socială „Bulevardierii” de V. Bîrlădeanu, în Scînteia, din 30.I.1970). Chiar unii profesori și părinți recunosc și se plîng de asemenea acte indisciplinare.

Se întîlnesc și cazuri cînd uneori timpul consumat cu televizorul sau cinematograful este recuperat pe seama restrîngerii altor activități recreative pentru a se obține, totuși, timpul necesar îndeplinirii sarcinilor școlare, pregătirii lecțiilor. Dar aceasta unilateralizează sfera preocupărilor și nu poate fi decît dăunătoare formației școlarelor noștri. În alte situații, după ce ajung la o anumită saturație de informații și conținuturi mass-media, anumiți elevi încep să manifeste o atitudine mai selectivă față de seducțiile filmului și ale televiziunii și ajung astfel la un echilibru mai rațional al împărțirii timpului între folosirea mass-media și restul activităților, inclusiv cele de studiu. Dar cîți sînt dintre aceia care știu să găsească o armonie în

toate? Citiți sint dintre aceia care nu se auto-privează de plăcerile televiziunii și cinematografului, nici de satisfacțiile altor diverse preocupări și activități recreative, dar știu să atribuie și studiului, și muncii încordate, partea de timp care li se cuvine? Pentru mulți și în multe cazuri este inevitabilă o *intervenție din partea familiei și a școlii în reglementarea timpului zilnic și săptămânal pe care copiii și adolescenții ar fi predispuși să-l consacre cinematografului, televiziunii, radioului, lecturii etc.* în favoarea studiului, al îndeplinirii cu conștiințiozitate a obligațiilor școlare. Practic, există părinți care limitează timpul afectat televiziunii doar la emisiunile special destinate copiilor, cel puțin pentru vîrstele mai mici. Dar există și părinți indiferenți, care nu intervin de loc sau aproape în nici un fel și aceasta nu este bine.

Se cuvine să menționăm aici că din datele culese de noi rezultă că majoritatea cadrelor didactice anchetate au purtat discuții cu elevii nu atît în jurul unor probleme de conținut, „ce” și „cum” să vizioneze și să asculte ci mai ales asupra problemei „cît” să vizioneze și să asculte, ce volum de timp se poate afecta urmării diferitelor programe, frecventării cinematografului, lecturii etc. încît să nu dăuneze studiului. Aceeași problemă a timpului a revenit cel mai frecvent în cadrul discuțiilor purtate cu părinții, căutîndu-se să se ajungă la o unitate de vederi și acțiuni între școală și familie și sub aceste aspecte.

j. *Mass-media și timpul de somn al școlarului.* Există și în această privință o serie de observații, ce-i drept, mai mult empirice. Unii părinți semnalează anumite perturbații care ar surveni în programul de somn al copiilor, îndeosebi sub influența vizualizărilor prelungite ale emisiunilor de televiziune, a filmelor seriale. Ei se plîng de faptul că adeseori ora de culcare este mai târzie, restrîngînd din timpul care în mod normal ar trebui să fie afectat somnului de noapte. Mulți educatori chestionați de noi (47,92%) afirmă că uneori copiii vin mai oboșiți la școală față de altădată, și în special luna, după un consum excesiv de mass-media în cursul duminicii. Același lucru îl menționează și J. Rousselet, arătînd că educatorii englezi și americani „...sînt cu toții de acord că majoritatea elevilor care urmăresc programele de televiziune vin dimineața

la școală cu ochii înroșiți de oboseală, își fixează cu greu atenția și obțin rezultate școlare nesatisfăcătoare. Investigațiile suscitade de aceste constatări au arătat că mai bine de o treime din telespectatorii de după orele 22 sînt tineri sub 18 ani. Aproape toți copiii care au acasă televizor dorm cu o oră sau două mai puțin decît colegii lor care nu au” (120, p. 230—231). Tot Rousselet aduce în atenția noastră concluziile unor anchete efectuate în S.U.A. care pun în evidență faptul că o răsturnare a orarului de activitate pentru acei adolescenți între 14 și 18 ani care își petrec în medie 4 ore pe zi în fața ecranului de televiziune nu poate lăsa organismul indiferent, „cu atît mai mult cu cît spectacolele televizate sînt vizionate în camere întunecate și prost aerisite” (120, p. 230). Un studiu întreprins cu aproximativ 10 ani în urmă de Academia de pediatrie din S.U.A. asupra unui mare număr de copii între 3—12 ani a ajuns la concluzia că vizionarea îndelungată a programelor de televiziune este vătămătoare sănătății. Dacă vizionează timp de 3—6 ore pe zi în cursul săptămînii și 6—10 ore sîmbăta și duminica, copiii sînt atinși de un sindrom de oboseală, lipsă de poftă de mîncare, apar migrene și vomitări. Constatări similare au făcut ca în multe țări să se adopte măsuri de protecție, încadrîndu-se mai corect (la ore mai potrivite) emisiunile de televiziune pentru copii în programul lor de viață și activitate zilnică, interzicîndu-se accesul în sala de spectacole de cinematograf a copiilor pînă la 5—7 ani sau după o anumită oră, seara etc. Firește, nu toți împărtășesc pe deplin aceste opinii, spunînd că dacă mulți copii se culcă acum mai tîrziu, ei adorm totuși mai repede și se odihnesc mai bine. Numai că se admit și excepții, recunoscîndu-se că filmele excitante sau „à suspense” pot avea repercusiuni negative asupra somnului, în sensul că acesta poate să devină mai agitat, perturbat adeseori de coșmare uneori nopți de-a rîndul și susceptibile să se asocieze și cu alte tulburări psiho-nervoase. Sînt, deci, cîteva aspecte asupra cărora igiena infantilă a stăruit prea puțin pînă acum.

• • •
Cîteva concluzii preliminare. Este cert că mass-media au generat noi trebuințe și deprinderi de petrecere a timpului liber, noi opțiuni și predilecții culturale și de aici corelații noi în

sfera preocupărilor tineretului școlar, corelații noi între indeletnicirile tradiționale și cele mai noi comportamente culturale. Judecând, deocamdată, lucrurile din acest unghi de vedere, putem conchide că efectele care se resimt asupra diferitelor vârste școlare, cu tot specificul lor, nu se sustrag, totuși, tendințelor generale ce caracterizează influențele exercitate de mass-media asupra activității de ansamblu a populației adulte. Astfel, referindu-se la anchetele întreprinse în Franța și S.U.A., J. Dumazedier și A. Ripert ajung la constatarea că schimbările survenite în câmpul intereselor culturale ale adulților sînt puțin sensibile în urma acțiunii acestor comunicații moderne. Timpul consacrat altor „loisir“-uri a variat puțin. „Mai mult, aceste interese asociate activităților fizice, artisanale, artistice, intelectuale și sociale, departe de a fi regresat, manifestă o vădită tendință de creștere“ (52, p. 13). Este greu a presupune, deci, că astăzi se practică mai puțin sportul decît în trecut, întocmai ca și lectura, indeletnicirile de artizanat, frecventarea teatrelor etc. Aceiași autori arată că în țările în care televiziunea și alte mijloace din categoria audio-vizualelor au devenit un fenomen de masă „...acestea nici n-au sporit, nici n-au redus activitățile și interesele culturale, așa cum ne anunțaseră profeții răului“ (*ibidem*). Întotdeauna timpul liber a oferit și lasă încă loc pentru destule și variate preocupări culturale, activități practice, sociale, sportive, ca și pentru o mai bună armonizare între ele. Aprecierea poate fi valabilă tot atît de bine și pentru timpul liber al elevilor, dacă ne gîndim că pentru mulți copii, adolescenți sau tineri, el era (sau mai este) și un timp gol, lipsit adeseori de un conținut destul de bogat, cu adevărat profitabil pentru formația spirituală și socială a multora dintre aceștia. De aceea, prezența televiziunii, a radioului, a cinematografului etc. nu ar presupune neapărat o eclipsare a altor preocupări, o renunțare la alte indeletniciri, ci mai degrabă ar putea să însemne introducerea unor elemente de noutate, de varietate și alternare a activităților; o diminuare a aceluși timp gol, lipsit de valoare, denumit atît de sugestiv „timp pierdut“. Depinde, așadar, ce interese și ce preocupări sînt restrînse sau îndepărtate din sfera de activitate a elevilor noștri. Depinde ce anume este sacrificat, ce indeletniciri suferă. Cu alte cuvinte, se cere să apreciem perturbațiile intervenite în bugetul timpului liber

al tineretului școlar, cu mult discernămint critic și făcînd o evaluare mai profundă.

Și dacă apare totuși un dezechilibru și se fac simțite la un moment dat anumite perturbații și sustrageri, pe acestea nu putem să le transpunem automat și în mod exclusiv pe seama comunicațiilor de masă, așa după cum am subliniat și în altă parte. În primul rînd, o utilizare nerațională, abuzivă a comunicațiilor de masă poate să fie și un semn de scădere a influenței educative a școlii, o minimalizare a activităților de suprastructură ale procesului de învățămînt (cercuri, activități practice, manifestări cultural-artistice, sportive, acțiuni sociale etc.) de care răspund școala și organizațiile de copii și tineret. Dacă asemenea activități și preocupări dirijate de factorii tradiționali de educație, prin conținutul și forma lor de desfășurare se situează sub nivelul de atracție și interes pe care-l exercită mass-media, este natural ca elevii să-și îndrepte atenția spre ceea ce-i captivează mai mult și le satisface interesele, curiozitățile, dorințele și aspirațiile lor. Oare întotdeauna ceea ce oferă școala și organizațiile de copii și tineret este de asemenea natură și valoare încît să poată rivaliza cu atracțiile televiziunii și ale cinematografului? Depinde, deci, de ceea ce opune școala și alți factori de educație și cultură mediilor moderne de comunicație. Poate și școala va trebui să reflecteze cu mai multă seriozitate asupra propriei sale activități, să observe dacă nu cumva învățămîntul său a devenit uneori mult prea intelectualist, este privit mult prea mult doar ca un simplu flux de informații, slăbind atractivitatea elevilor săi spre activități care solicită un mai pronunțat efort de participare personală, fie pe tărîmul creației tehnico-practice și științifice, fie pe cel al afirmării literar-artistice și sociale.

Dar familia? Evident, multe lucruri s-ar putea spune și despre aportul ei. Nu de puține ori, atunci cînd unii părinți intervin cu scopul de a reglementa sau limita frecventarea cinematografului ori vizionarea programelor de televiziune, ei întîmpină dificultăți și rezistență din partea propriilor lor copii, rezistă cu greu insistențelor lor sau ajung repede la stări conflictuale, fiind nevoiți să trăiască nu de puține ori momente dramatice. Sînt părinți care spun pur și simplu: „Închide televizorul!“ sau acționează ei înșiși asupra butonului. Exceptînd

pregătirea lecțiilor, ei nu propun însă nimic altceva în locul acestor ocupații (decît să trimită eventual copiii la culcare, dacă este o oră tîrzie). Copiii încep atunci să protesteze, să se încrunte, să vocifereze și uneori chiar să plîngă. Bine ar fi ca părinții să se gîndească întotdeauna: Ce alte forme de activitate opun televizorului? Ce alte mijloace de distracție sau de cultură (cărți, jocuri de construcții, jucării, activități diverse, ieșiri în aer liber, întîlniri cu prieteni etc.) pun la dispoziția copiilor lor? Normal ar fi ca fiecare familie să se gîndească la modul cum își petrec copiii ei timpul liber și să creeze cît mai multe și mai bune posibilități în acest sens. Mai mult decît atît, fiecare părinte ar trebui să fie un animator în organizarea plăcută și educativă a timpului liber de care dispun copiii săi. Familia trebuie, de asemenea, să adopte o atitudine foarte suplă și realistă atunci cînd încearcă să impună anumite restricții privind consumul în timp și în conținut al diferitelor programe, vizionarea unor filme etc. dacă vrea ca intervenția ei să fie înțeleasă corect de copii și să se transforme într-o acțiune educativă pozitivă (140).

Nu putem intra în amănunte aici, dar sintem nevoiți să recunoaștem că mulți dintre actualii părinți sînt foarte puțin edificați asupra acestor probleme. Se pare că școala nu a putut sta pasivă și s-a simțit obligată să acorde o oarecare asistență pedagogică familiei și din acest punct de vedere. Majoritatea învățătorilor și profesorilor cuprinși în ancheta noastră susțin că au purtat discuții cu părinții mai ales asupra necesității limitării timpului pe care copiii sînt tentați să-l consume, în fața televizorului de exemplu. Dar din datele de care dispunem rezultă că însăși școala este foarte puțin înarmată cu informațiile necesare, se cunosc prea puțin implicațiile psiho-pedagogice legate de prezența televizorului, a radioului, a presei etc. în viața familiei.

În al doilea rînd, folosirea judicioasă a timpului liber este o chestiune de educație, de obișnuință, ea se deprinde. Problema se pune: știu elevii noștri să-și petreacă cu adevărat timpul liber? Îl folosesc ei oare ca un gen sui-generis de odihnă activă susceptibilă de culturalizare, sau din contră, sînt victimele superficialității și ale utilizării incorecte a celor o mie și una de posibilități și mijloace pe care civilizația noastră le pune la in-

demîna lor? După părerea noastră, au o importanță excepțională atitudinea și concepția însăși pe care o cultivăm la elevi față de cel de „al treilea timp” (tiers temps). Situînd în centrul atenției problema timpului liber, cine altul mai bine decît școala ar trebui și ar putea să ofere elevilor săi de diferite vîrste modele elevate de petrecere a acestuia, în general, și de utilizare a „mediilor moderne”, în special? Cine altul decît școala ar putea să-i învețe pe copii, adolescenți și tineri, să transforme orele de răgaz în izvoare de umanizare, de reîmprospătare a energiilor lor psihice și fizice, de autodesăvîrșire a propriei lor formații spirituale? Există atîtea posibilități care stau la îndemîna școlii și familiei ca împreună să concure la formarea unor asemenea deprinderi și obișnuințe la elevi, încît să-i facă să fie capabili să-și ordoneze și să-și ierarhizeze opțiunile lor în materie de petrecere a timpului liber, să-l valorifice cu chibzuință și la maximum, ca atunci cînd își vor lua rămas bun de la școală, să fie capabili să-și continue drumul în mod independent și în același spirit umanizant. Școala împreună cu familia au nenumărate posibilități de intervenție și reglementare eficace și profitabilă a modului în care copilul sau adolescentul își petrece timpul liber, învățîndu-l să alterneze și să ritmeze preocupările lui, opțiunile și preferințele sale, cultivîndu-i o sferă largă și nu uniformă de interese și motive; să nu-l lase să rămînă fixat doar la anumite mass-media (tiranizat de seducțiile acestora), ci să-l atașeze și de alte modalități de petrecere a timpului liber, de lectură și teatru, de muzică și joc, de muncă și exercițiu sportiv etc. Pe acest fond general, polivalent de sensibilizare la o varietate largă de ocupații în timpul liber, pe cît este posibil, să cultivăm elevilor noștri pasiuni în jurul unor interese mai puternice. Dacă un elev sau altul manifestă înclinații și pasiune pentru creația tehnică, științifică ori artistică, pentru îndeletniciri practice etc. să-i întărim această pasiune, să încurajăm cu toate puterile noastre creativitatea și originalitatea celor de care ne ocupăm ca educatori. Asemenea pasiuni vor putea deveni ușor un pivot în jurul căruia ar putea gravita și alte interese, preocupări etc.

Este știut apoi faptul că posibilitățile umanizatoare ale timpului liber pot să fie diminuate de un consum pasiv, predominant de distracții pasive. Distracțiile în sine nu pot, desigur,

nici să fie ocolite, nici minimalizate. Dar se cuvine să facem distincție între distracțiile pasive și distracțiile active și ca educatori să acționăm în așa fel încât să deplasăm accentul cât mai mult cu putință de pe primele, pe cele din urmă, să-i obișnuim pe elevi să-și petreacă timpul nu numai ca niște simpli consumatori de bunuri culturale, ci și ca adevărați participanți activi la făurirea de noi valori spirituale și materiale, aspecte asupra cărora vom mai reveni.

● Capitolul III

Comunicațiile culturale de masă și formația spirituală a tineretului școlar

Aspectele cantitative asupra cărora am stăruit până aici, deși prezintă o importanță incontestabilă, nu pot, totuși, să ofere decât o imagine vagă, cu totul incompletă, asupra perspectiveilor deschise de mass-media formației spirituale a tineretului școlar. Dincolo de acești indicatori de „consum cultural“ sîntem interesați în cel mai înalt grad să surprindem elementele de ordin calitativ care ar putea să devină mult mai relevante pentru încercarea noastră de a descifra sau de a întrezări adevăratele consecințe, pozitive și negative, care se fac simțite în evoluția psiho-socială a copiilor, a adolescenților și tinerilor din zilele noastre. Aceasta cu atât mai mult cu cît datele, teoriile și ipotezele emise pînă în prezent au lăsat deschisă problema efectelor posibile, a nivelului și profunzimii lor și mai ales a esenței și sensurilor sub semnul cărora evoluează atât de complexa construcție a personalității ființei umane în devenire. Ne dăm perfect de bine seama cît poate să fie de dificil un asemenea demers științific și nu avem nici pe departe gîndul de a pretinde cîtuși de puțin că vom putea să răspundem tuturor întrebărilor și problemelor care se pun. Încercăm doar să facem o evaluare critică și o corelație a diversilor indicatori deduși pe baza anumitor reacții manifeste, ca și pe sur-

prinderea unor urmări latente care au constituit obiectul cercetărilor noastre sau ale altor studii și investigații întreprinse de alți cercetători. Privite împreună, aceste date ar putea să ne ofere posibilități mai bune de înțelegere și explicare a multora dintre mecanismele prin care mass-media acționează asupra orizontului de cunoaștere al elevilor, a vieții afectiv-emoționale ori a structurii relațiilor comportamentale în curs de constituire la nivelul vîrstelor școlare. Întocmai ca și alți cercetători, pornim și noi de la ipoteza că intrucit mass-media inițiază adeseori pe copii și adolescenți în experiențe care nu au fost încă trăite de ei, că li ajută să descopere noi domenii și probleme ale vieții umane și sociale și ale lumii naturale, pe care nici familia și nici școala sau alți factori de educație nu ar fi putut să le dezvăluie cu atîta putere de sugestie, experiența însăși de cunoaștere și de trăire, ca și cea volițională a acestora înregistrează anumite aspecte noi, care aduc după sine implicații pedagogice noi. Am împărtășit ideea potrivit căreia informațiile personale cîștigate prin intermediul acestor căi sînt susceptibile să participe direct sau indirect, în proporții diferite și la niveluri distincte, la organizarea comportamentului mental, afectiv și acțional al elevului și al micro-grupului social, școlar sau extrașcolar din care face parte, în conformitate cu exigențele educației noastre comuniste.

A. Citeva date preliminare privind configurația preferințelor, motivația lor și unele opinii ale cadrelor didactice despre influențele educative generate de mass-media

1. *Configurația preferințelor exprimate de elevi.* O cercetare mai aprofundată a orientării consumului, a preferințelor și intereselor pentru anumite conținuturi, a dorințelor și atitudinilor manifestate, a modului cum se diferențiază și evoluează ele odată cu anii de școală, inclusiv a motivației pe care se întemeiază, este cu totul indispensabilă. Ea ne va ajuta să sesizăm și să caracterizăm mai în adîncime ce înrîuriri se resimt în modul de a gîndi, de a simți și de a acționa al unui auditoriu infantil și adolescentin în plină formare. Mai precis, este important de a ști: Ce văd? Ce ascultă? Ce trăiesc elevii

noștri? Și de ce? Ce gusturi dovedesc? Ce interese culturale își fac loc? Cum se diferențiază preferințele pentru diversele mass-media și apoi în cadrul lor? Cu alte cuvinte, este vorba de a cunoaște natura conținuturilor oferite de mass-media cu care tineretul școlar preferă să-și umple o parte din timpul liber.

Firește, în abordarea acestei problematice este necesar să ținem seama, în prealabil, de faptul că opțiunile:

— sînt o expresie a personalității însăși a elevilor noștri; ele țin înaintea de orice de trăsăturile lor subiective, de formația sau structura lor psiho-intelectuală, atît de nuanțată și ea de la individ la individ;

— sînt condiționate, apoi, de o serie de particularități de vîrstă, de sex, de mediu social-cultural familial, de interesele micro-grupului, de părerile și atitudinile unor lideri de opinie etc. Sînt, deci, influențe care mediază și ele preferințele, așteptările, interesele și gusturile în materie de mass-media;

— reflectă anumite trebuințe culturale care și ele au putut să fi fost generate și modelate de însăși frecvența unui anumit contact cu diversele „medii” comunicaționale. În acest sens, alegerea unui gen de filme, de emisiune de televiziune, de radio, a unei reviste etc. poate să constituie mai degrabă o problemă de obișnuință decît una de alegere deliberată;

— sînt, de asemenea, determinate de ceea ce se oferă publicului, de existența la un moment dat și într-un anumit loc a unor conținuturi (filme, programe, emisiuni, ziare, reviste etc.). Prin forța lucrurilor elevii sînt, astfel, constrînși să selecteze și să opteze în limita repertoriului, a programelor sau conținuturilor oferite de instituțiile mass-media într-o anumită perioadă.

Această dublă condiționare a opțiunilor, nu numai de înzestrarea personală a subiectului, ci și de alte împrejurări, fac ca libertatea alegerii să fie foarte relativă. Ca atare, și datele la care ne vom referi se vor menține în cadrele unei relativități impuse de situațiile amintite.

În mod similar facem precizarea că în scopul evaluării consumului mass-media, noi am adoptat cele trei categorii funcționale stabilite de J. Dumazedier, corespunzătoare tipului de „loisir” dominant: a) conținuturi culturale (de dezvoltare a per-

sonalității), b) distractive (de divertisment) și c) recreative (odihnitoare) (52).

În domeniul cinematografic. După unii pedagogi și filmologi francezi (Georges Gruchon, Francis Lengrand), filmele de aventuri, istorice, de evocare, de călătorii, de știință-ficțiune interesează enorm de mult pe copii și adolescenți. Băieții arată o netă preferință pentru filmele de acțiune, de aventuri, iar fetele pentru subiectele sentimentale sau de istorie (36).

La noi, H. Culea conchide că filmele cele mai frecventate de liceeni, în ordine descrescândă, sînt: comedii, cele de acțiune și aventuri, cele sentimentale și dramele. În mod deosebit ei și-au exprimat preferințele pentru filmele de aventură și război (44, p. 117, 119). Cercetătoarea Elena Gheorghe, referindu-se la unele studii întreprinse la liceul „O. Goga” din Sibiu (1969—1970), arată că opțiunile elevilor au plasat pe primul loc filmele de aventuri și pe cele muzicale, apoi în ordine descrescândă comedii, adaptările după opere literare, filme tratînd probleme sociale, filme de dragoste, sentimentale, istorice, ultimul loc deținîndu-l documentarul (53, p. 155). Judecînd după aceste opțiuni cercetătoarea conchide că pare evidentă la acești elevi o tendință de deconectare, pe care cinematograful o facilitează îndeosebi prin vizionarea comedii, a filmelor muzicale și a celor de aventuri (ibidem, p. 171).

Cercetările întreprinse de noi pe un eșantion de 1 022 preadolescenți din mediul urban dezvăluie următorul evantai de preferințe: filme de aventuri 36,98% (din lotul investigat); cu conținut istoric 15,07%; comice 10,47%, western 9,78%; polițiste 9,29%; de spionaj 9,29%; muzicale 8,41%; desene animate 7,72%; de război 5,67%; științifico-fantastice 2,83% și în continuare filmele pentru copii, cele de dragoste, documentarele etc. Datele noastre confirmă concluziile de mai sus după care predilecțiile elevilor se îndreaptă în primul rînd spre filmele distractive, de divertisment, în timp ce filmele cu un mai pronunțat caracter cultural (de istorie, științifico-fantastice, documentare, ecranizări etc.) ocupă un loc mai modest în ansamblul opțiunilor. Eșantionul de preadolescenți (578) din mediul sătesc acordă prioritate filmelor cu conținut istoric, dar sumate, celelalte opțiuni atestă aceeași predominanță a preferințelor pentru filmele distractive. Băieții manifestă un interes ceva

mai crescut pentru filmele de război, westernuri, polițiste și de spionaj, în comparație cu gusturile fetelor îndreptate mai pronunțat spre filmele de istorie, muzicale și de dragoste. Pentru filmele de aventuri, preferințele băieților și ale fetelor se apropie foarte mult.

În domeniul televiziunii. Referindu-se la același sondaj întreprins în Franța (1966—1967), pe un eșantion de 5 500 elevi de vîrste diferite, Albert Majewski grupează preferințele băieților și ale fetelor pentru diversele emisiuni de televiziune în felul următor: actualități B — 13,5%, F — 13%; sport și aventuri B — 17,5%, F — 7%; emisiuni pentru tineret B — 12%, F — 15%; lecturi și teatru B — 4,5%, F — 8%; filme de cinema B — 16%, F — 16%; foiletoane B — 8%, F — 7%; știință și viață (geografie-călătorii) B — 5%, F — 8%; istorice B — 6,5%, F — 7%; varietăți B — 8,5%, F — 11%; jocuri televizate B — 5,5%, F — 7%; emisiuni muzicale B — 0,5%, F — 1,5%. Se estimează că 50% din băieți și fete au optat pentru emisiuni cu caracter recreativ și de destindere (sport și aventuri, emisiuni de joc, foiletoane, varietăți, jocuri televizate etc.). Băieții manifestă mai mult gust pentru sport și aventuri; fetele pentru cîntece și canțonete, teatru și varietăți. Actualitățile preocupă mai mult pe elevii din ciclul al II-lea decît pe cei din ciclul I; interesul pentru emisiunile de teatru și cele cu caracter istoric crește odată cu vîrsta. Se constată o audiență foarte limitată pentru emisiunile muzicale (95).

În cercetările sale (1966), H. Culea stabilește că emisiunile urmărite mai frecvent de elevii de liceu sînt cele de teatru, ecranizări, filme științifice, sport, varietăți, emisiuni pentru tineret. Ei și-au exprimat preferințele pentru emisiunile științifico-fantastice și unele seriale (44, p. 114, p. 119). După datele culese de Gheorghita Fleancu, elevilor preadolescenți le plac mai ales transmisiile de filme polițiste, de desene animate, westerns, feerice, de aventuri (58). Investigațiile noastre pe eșantionul de elevi preadolescenți din mediul urban ierarhizează în următoarea ordine descrescîndă preferințele acestora: seriale 51,46%, tele-enciclopedie 27,10%, filme artistice 21,33%, varietăți muzicale 18,10%, emisiuni pentru copii și școlari 14,77%, teatru 13,89%, concursuri 13,11%, emisiuni de știință și tehnică 7,73%, desene animate 7,43%, emisiuni sportive 7,33%, telecinematică

6,26%, emisiuni „Steaua fără nume” 5,47%, teleglob 4,79%, telejurnal 3,91%, zoorama 2,83%, emisiuni de consultații școlare 2,54%, reflector 2,25%, istoria civilizației 1,46% și altele care intrunesc mai puține sufragii. Fetele sînt mai interesate pentru emisiunile de varietăți muzicale, cele pentru copii și școlari, teatru și filme, iar băieții pentru teleenciclopedie, telejurnal și emisiuni de sport, știință și tehnică. Un grupaj de categorii funcționale evidențiază o predominanță a preferințelor pentru emisiunile cu caracter distractiv-recreativ (53,5%) în detrimentul celor cu caracter cultural (de dezvoltare) care intrunesc 45,9%. Datele obținute pe eșantionul similar din mediul sîtesc nu diferă substanțial de cele enunțate mai sus.

În contactul cu radioul, emisiunile ascultate de preferință de elevii de liceu ar fi, după H. Culea, următoarele: clubul tineretii, teatru, cele distractive, jurnalele de reportaje și actualități, cele literare și de sport (44, p. 117). Același cercetător arată că în mediul rural (satul Buda, județul Bacău) elevii urmăresc, în ordinea descrescîndă a importanței: emisiunile literare, muzică ușoară, teatru radiofonic, sport, emisiuni de știință, informații, muzică populară, varietăți (39, p. 101). Cercetările efectuate de noi în mediul urban relevă următoarea eșalonare preferențială la elevii din clasele V—VIII: muzică ușoară 52,93%, teatru radiofonic 28,27%, emisiuni literare (inclusiv „Înșir’te mîrgărite”) 15,06%, știință și tehnică 7,43%, „Unda veselă” 7,43%, știri și noutăți 4,59%, sport 4,50%, muzică populară 4,20% și altele. Fetele vădesc mai mult interes pentru muzică ușoară, emisiuni pentru copii și tineret și literare, iar băieții, pentru emisiunile sportive, știință și tehnică și buletine de știri. Pe ansamblu, opțiunile pentru emisiunile de culturalizare reprezintă 58,50%, iar cele distractiv-recreative 41,48%, ceea ce reprezintă un spor de 17% în favoarea culturalizării. Cercetările efectuate în mediul rural (comuna Șanț) situează pe primul plan emisiunile cu caracter distractiv-recreativ (57,8%), urmate de cele cu caracter cultural (42%). Diferențele preferențiale dintre sexe sînt aproximativ aceleași ca și pentru eșantionul de proveniență urbană.

În ceea ce privește scalarea ordinii de preferință în materie de presă, în cercetările sale S. N. Mansurov (U.R.S.S.) ajunge la constatarea că în timpul lecturii ziarelor elevii școlilor me-

dii manifestă mai mult interes pentru pagina politică decît cei care citesc ziarul ocazional și decît elevii școlilor profesionale. Aceștia din urmă vădesc însă un interes mai mare pentru pagina literară, ceea ce s-ar explica prin faptul că în timpul liber ei citesc mai puțină literatură beletristică. Toți elevii citesc în egală măsură rubrica sportivă. Odată cu vîrsta crește și numărul elevilor care citesc articolele politice, în schimb scade numărul celor care citesc materiale literare (97). După Y. Madonet (Franța) adolescenților le place să citească cărți, dar ei sînt de asemenea și mari consumatori ai ziarelor și magazinelor. Citesc din abundență presa destinată adulților, jurnalele de sport, de modă, de informații, revistele ilustrate și cele umoristice. Presa de evaziune, de distracție (modă, vedete, idoli cîntecului, varietăți de cinema, prezentarea automobilelor etc.) obține cel mai mare succes. M. Lerbert, care a întreprins o anchetă în rîndurile adolescenților și tinerilor, relevă că fetele se interesează cu prioritate de jurnalele de modă (90%), iar băieții de jurnalele de sport (67%); de jurnalele ilustrate F — 63%, B — 59%; de jurnalele de informații F — 49%, B — 61%, de așa-zisa presă de inimă F — 35%, B — 23% și de jurnalele științifice și tehnice F — 7—8%, B — 27%. În domeniul presei, ca și în alte „loisi”-ruri, vîrsta de 15—16 ani atrage după sine o modificare a intereselor, care devin foarte nete la 18 ani. De exemplu, dacă la vîrsta de 15 ani preferințele liceenilor se îndreaptă în proporție de 75% spre jurnalele ilustrate, pe la vîrsta de 18 ani acest interes se reduce la aproape 23%; în mod similar scade interesul pentru lecturile sportive de la 67% la 46%. Odată cu înaintarea în vîrstă, elevii își îndreaptă atenția mai mult spre jurnalul de informație polivalentă, care se asociază adeseori cu o revistă specializată (de știință și tehnică, de exemplu), expresie a unei microculturi care începe de acum să se contureze (89). Bazîndu-se pe datele unor anchete efectuate în R.F.G., Hegele Gûnther relevă că după vîrsta de 14 ani, atît băieții cit și fetele încep să manifeste un viu interes pentru lucrările de popularizare științifică și pentru cele consacrate problemelor de actualitate (73).

În țara noastră, în cercetările la care ne-am referit, H. Culea face observația că ziarele și revistele urmărite de liceeni sînt

fie de profil general sau de tineret, fie axate pe probleme de cultură, sport, cinema, știință și tehnică, magazin etc. Rubricile preferate sînt cele de știri externe, sport, literatură, știință, artă etc. (44, p. 120). O anchetă efectuată de Romeo Poenaru (1970) în rîndurile școlarilor din clasele I—VIII, relevă că preferințele elevilor se orientează spre publicațiile cu caracter distractiv-recreativ („Magazin“, „Sportul“, „Flacăra“, „Cutezătorii“ etc.) Grupate pe probleme, preferințele de lectură ale elevilor se eșalonează astfel, în ordine descrescîndă: sport 51%, literatură 21%, știință și tehnică 18%, probleme de politică internă și externă 15%, probleme distractive 7% și diverse 4% (113, p. 26). În urma datelor obținute de noi pe eșantionul de elevi din clasele V—VIII — oraș — rezultă că multora dintre aceștia le sînt familiare, în afară de marile cotidiene (Scinteia, România liberă, Scinteia tineretului și Informația) și o serie de reviste, care luate în ordinea descrescîndă a opțiunilor se eșalonează astfel: „Cutezătorii“, „Magazin“, „Sportul“, „Cinema“, „Flacăra“, „Femeia“, „Știință și tehnică“, „Urzica“, „Lumea“, „Magazin istoric“, „Rebus“, „Sport și tehnică“ și altele. Din punct de vedere al conținutului, atenția lor se îndreaptă cu prioritate spre: probleme de politică internă și externă 27,21%, fapte diverse 19,37%, umor-distrații 9,58%, realizări de știință, tehnică și economie 7,82%, sport 7,63%, filme și viața artiștilor 6,06% și altele 7,14%. Fetele manifestă un interes mai sporit pentru viața cinematografică, faptul divers, modă și literatură, iar băieții pentru știri sportive, știință și tehnică. În rest, preferințele se apropie. În general, lectura cu caracter de divertisment, distractiv-recreativ are prioritate față de cea cu conținut social și literar-științific. La elevii de liceu se observă un interes crescut pentru actualitatea social-politică și culturală, cit și pentru cunoașterea realizărilor din domeniul științei, tehnicii, construcțiilor și economiei.

Ceea ce apare mai frapant la *adolescenți* este însă tentația lor pentru muzica ușoară, atracția pentru melodie și ritm, concluzie la care au ajuns și alți cercetători (M. Lemaire, H. Culea și alții). Un studiu mai atent al comportamentului lor în relație cu mass-media demonstrează că ei nu numai că afectează un timp însemnat acestei predilecții, dar se dovedesc și cei mai avizi cumpărători de discuri, buni cunoscători ai pro-

ducțiilor de muzică ușoară, ai diversilor interpreți și formații orchestrale etc. Pentru ei, tranzistorul, pickupul, magnetofonul, casetofonul etc. devin obiecte pe care și le doresc cu multă ardoare. Preferințele elevilor din mediul rural (satul Șanț) se ordonează astfel: literatură 31,2%, sport 18%, noutăți din țară și de peste hotare 11,7%, informație tehnico-științifică 9,1%, jocuri distractive 6,9% și altele 18,7%. Aici prevalează informația literar-științifică și de actualitate social-politică față de cea cu caracter de divertisment și recreativă.

Putem conchide, așadar, că întîlnim o diversitate extrem de mare de preferințe și interese, de gusturi și dorințe. Semnificative rămîn, totuși, unele tendințe preferențiale predominante la un moment dat la unii indivizi, categorii de elevi, grupuri de vîrstă sau sex, care necesită a fi explicate în vederea unei mai bune adecvări a demersurilor noastre educative.

2. *Motivația preferințelor și intereselor manifestate pentru mass-media.* Analiza resorturilor motivaționale prezintă o importanță deosebită pentru înțelegerea comportamentului cultural al elevilor în ceea ce privește expunerea la mass-media și configurația opțiunilor manifestate. Unele cercetări constată că la baza receptării selective a diverselor conținuturi difuzate de televiziune, cinematograful, radio, presă etc., se găsesc motive foarte variate. Astfel, în alegerea unui spectacol cinematografic sau al altuia, elevii se conduc fie după titlul lui, după subiectul tratat, după recomandarea prietenilor, a părinților, a profesorilor etc., fie după publicitatea care se face în jurul unor celebrități. De la o anumită vîrstă, școlarii sînt destul de bine informați asupra actorilor, a vedetelor, a regizorilor, a interpretelor și formațiilor de muzică ușoară etc. Ei iau în considerație celebritățile sau personajele pentru care nutresc o anumită afecțiune și se lasă puternic influențați de renumele acestora în determinarea alegerii, îndreptîndu-se spre acele conținuturi care le prilejuiesc o întîlnire cu ele. G. Lerbert susține, bunăoară, că procentul de persoane care merg la cinematograful fără a se informa în prealabil asupra spectacolului este relativ scăzut (2%) sau chiar nul la școlari. Mai ales fetele sînt mai sensibile la influența vedetelor, a „stelelor“ și regizorilor. Băieții manifestă însă mai puțin interes pentru interpreți,

sînt mai puțin receptivi la acest criteriu. În general, se constată că în medie numărul criteriilor de alegere a unui film înainte de vizionare este mai ridicat la fete decît la băieți (79% față de 60%), ceea ce denotă o atitudine mai exigentă și mai critică din partea fetelor. Ele par să fie mai puțin supuse presiunilor reclamei și publicității și mai sensibile la bunul gust (89).

Dincolo de cunoașterea acestor indemnuri exterioare, asupra cărora nu căutăm să insistăm aici, mai importantă ni se pare o încercare de explorare a acelei lumi lăuntrice capabile să dezvăluie adevăratele rațiuni care stau la baza unei audiențe atît de mari de care se bucură mass-media în rîndurile tineretului școlar. În acest sens, sîntem mai preocupați să sesizăm motivația de fond, acele legături sufletești care pot să explice interesul pentru conținuturile trăite, acele suporturi care îi animă pe copii și adolescenți să manifeste anumite dorințe, preferințe și gusturi. Natura unui asemenea comportament trebuie căutată deci mai curînd în dezvoltarea interioară, psihosocială a vîrstei infantile și adolescente, analizînd cu atenție și profunzime trebuințele spirituale specifice legate de evoluția personalității școlarului. Înaintarea în vîrstă este de fapt o dezvoltare unitară, la toate nivelele vieții (intelectuale, afective, morale etc.) și uneori ia forme de manifestare din cele mai contradictorii și mai complexe. Dar nu este mai puțin adevărat că treptat are loc o tot mai vastă integrare a forțelor antagonice, printr-un joc de tensiuni și conflicte înăuntrul cărora se formează și se clarifică o întreagă rețea de trebuințe, de interese și de dorințe. Or, tocmai aceste nevoi interioare, aceste tensiuni constituie cu precădere punctul de plecare în determinarea preferințelor, a așteptărilor și aspirațiilor și în materie de cultivare cu ajutorul comunicațiilor de masă. De aceea, influențele exercitate de televiziune, cinematograf, radio, presă etc. asupra unei individualități sau alteia nu pot fi generalizate într-o formulă unică și strict delimitată. De asemenea, nici interesul unui copil, adolescent sau tînăr pentru un anumit film, pentru o anumită emisiune, nu poate fi raportat la satisfacerea unei singure nevoi precise, ci mai degrabă la satisfacerea unei pluralități de necesități și dorințe. Același interes manifestat în general pentru cinematograf, de exemplu, ori

pentru un anumit film, afirmă A. Pesce, poate să-și aibă originea în nevoi eventual diametral opuse, după cum, dimpotrivă, interese diverse, aparent contradictorii — ca, de pildă, pasiunea pentru citit și cea pentru cinematograf — pot contribui la satisfacerea uneia și aceleiași nevoi, cum ar fi cea de deconectare (112). Cercetările efectuate pe această temă, puține cîte s-au făcut, relevă totuși un registru destul de larg și de variat de motive care-i determină pe copii și adolescenți să meargă la un film sau altul, să aleagă între o emisiune sau alta, să arate interes pentru lectura unei reviste sau a alteia etc. Bineînțeles, motivele invocate ca și ierarhizarea și structurarea lor dinamică iau aspecte diferite după grupe de vîrstă. Și dacă pînă la o anumită vîrstă (10—11 ani) motivele exprimate îmbracă o formă relativ săracă și stereotipă, puțin nuanțată, nu este mai puțin adevărat că întîlnim și destule cazuri în care copiii afirmă o anumită preferință sau admirație fără să fie întotdeauna în stare să aducă o justificare motivată, semn al unei lipse de conștientizare a actului receptiv. În schimb, la preadolescenți și cu atît mai mult la adolescenți și tineri, structura motivelor este mult mai complexă. La aceste vîrste selecția și consumarea anumitor conținuturi este de cele mai multe ori un act conștient deliberat. Acum, alegerea probează o anume autorefecție și dirijare conștientă a atitudinii exprimate față de un anumit film, emisiune de televiziune sau radio, program, articol, rubrică etc.

De cele mai multe ori, copiii de vîrstă școlară mică spun pur și simplu că merg la film, privesc la televizor sau ascultă radio pentru că: „este frumos“, „este interesant“, „îmi place“, „mă distrează“, „mă face să rid“, „sînt cu aventuri vesele“, „sînt cu bătaii“, „sînt pentru noi, copiii“, „este vorba de un copil...“ (și enunță episodul), „spune lucruri noi“, „mai învăț cîte ceva“, „din fiecare film tragem o învățătură“, „aflu cum trăiau oamenii în trecut“, „vreau să învăț diferite cîntece“ etc.

În fazele preadolescenței și adolescenței, structura motivațională a comportamentului din timpul liber consacrat televiziunii, cinematografului, radioului, presei și altor mijloace de comunicație, arată că elevii valorifică mesajele difuzate pe aceste canale în primul rînd pentru valențele lor distractive și recreative, de divertisment și deconectare. Motivul „mă dis-

trează" se situează pe primul loc în ierarhia motivelor, ceea ce este confirmat și de alte constatări (vezi 53, p. 147 și 39, p. 144). Pe locul al doilea figurează motive care țin de virtuțile cognitive, informativ-instructive, ale filmelor, ale emisiunilor, ale lecturilor etc., deci cele care contribuie cel mai mult la „creșterea culturală” a subiecților, la dezvoltarea personalității lor. În fine, locul al treilea revine unor motive de o frecvență mai redusă, deduse din nevoia de a savura acțiunea, de a se afirma, din „atrakție emoțională” etc.

Să încercăm o analiză explicativă mai adâncă a acestor motivații.

Alăturându-ne lui J. Dumazedier și T. Herseni, și noi considerăm că acestor expresii: „mă distrează”, „îmi place”, „mă face să rid” etc. întâlnite la copii, nu trebuie neapărat să le atribuim un conținut facil, ca și cum ar fi izvorâte pur și simplu din dorințe superficiale, de distracție, de hedonism, ori de erotism și agresivitate, fără a lua în seamă și alte stări emoționale care colorează inevitabil motivația. De fapt, numai o mică parte dintre elevi aleg distracția ca singur motiv, cei mai mulți asociind-o altor motive („îmi îmbogățesc cunoștințele”, „mă informează” etc.). Copiilor le plac într-adevăr comedile, filmele cu comici vestiți, emisiunile vesele, cele de umor etc., pentru că ele satisfac anumite nevoi interioare, cum ar fi dorința de a râde, de a glumi. Dar aceste nevoi sînt asociate trebuinței de joc, de acțiune și împreună sînt o chemare spre autenticitatea unor trăiri copilărești (130).

Așa cum am văzut mai înainte, *necesitatea de a se distra*, de a introduce variație în preocupările lor, de a înlătura plictiseala și de a se reconforta justifică în ceea mai mare parte o expunere frecventă a elevilor la diversele mass-media și mai ales vizionarea anumitor categorii de filme, de emisiuni de televiziune, ascultarea anumitor emisiuni de radio ori lectura cu predilecție a unor reviste, pagini de ziare, audierea anumitor discuri etc. Faptul în sine nu trebuie numădat să ne îngrijoreze. Poate că pentru unii elevi și în anumite momente opțiunea pentru conținuturile distractiv-recreative vine ca un element de echilibru, ca o posibilitate de deconectare nervoasă, de compensare a oboselii cotidiene, provenită dintr-o supra-solicitare neuro-psihică și atunci alegerea este cu totul firească

și binevenită. Un semn de îngrijorare este însă cu totul îndreptățit atunci cînd constatăm că în timpul lor liber unii copii, adolescenți sau tineri sînt absorbiți peste măsură de forme înguste, facile și minore de viață culturală, manifestînd delăsare și lipsă de seriozitate în activitatea de învățare și munca practică, o tendință cu orice preț spre o viață ușuratică și superficială, străină unui sentiment al responsabilității sociale și al propriei demnități. Și în fața unor asemenea situații, ca părinți și educatori este cert că nu putem să rămînem nicidecum indiferenți.

Distracția se corelează și ea cu o anumită motivație cu precădere de ordin afectiv. Astfel, *„atrakția emoțională”, nevoia de trăiri emoționale, de senzații puternice, ca și aceea de satisfacții de ordin estetic* constituie și ele mobiluri importante ale preferințelor și intereselor exprimate. Copiilor și adolescenților le place să meargă la cinematograful, să privească la televizor, să asculte la radio etc. pentru că toate acestea sînt o sursă de bucurie și de plăcere, le oferă și le creează nenumărate satisfacții afective. Atunci cînd copiii afirmă pur și simplu că se duc la film pentru că „îmi place”, pentru că „este frumos”, pentru că „mă impresionează”, definesc în mod generic o trăire și o atitudine emoțională. *Cel puțin din punct de vedere genetic, motivația contactului cu mass-media este, mai întîi de toate, de natură afectivă.* Firește, cu timpul, pe măsura înaintării în vîrstă și a dezvoltării intelectuale, aceste trăiri, stări de tensiune și încordare, primesc un conținut din ce în ce mai bogat în semnificații umane, sociale și estetice. O motivație afectivă apare cu precădere și atunci cînd copiii sau adolescenții se regăsesc pe ei înșiși, cu propriile trăiri, stări afective și sentimente, în persoana celor care interpretează diferitele roluri în spectacolul televizat sau cinematografic etc.

Necesitatea de acțiune, caracteristică la copiii de toate vîrstele, asociată fanteziei lor atît de bogate, explică înclinația acestora pentru filmul de acțiune, atracția lor pentru filmele de aventuri, de război, polițiste, de spionaj, pentru elementul eroic, pentru extraordinar etc. Mișcarea întotdeauna atractivă pentru om și cu atît mai mult pentru copii, se impune prin ea însăși. Animația, dinamismul imaginilor de pe ecran, urmărirea acțiunii, vin să satisfacă în foarte mare măsură imaginația co-

piilor, nevoia lor de acțiune. Desigur, nu putem trece cu vederea această înclinație. Ea este cu totul firească, dar dezvoltarea ei capătă proporții exagerate atunci când este alimentată cu filme de genul celor mai sus amintite care nu sînt de cea mai bună calitate artistică și ideologică. De aici pot să decurgă o serie de implicații de ordin comportamental, aspecte asupra cărora vom stăruia mai încolo. De aceea nu putem milita pentru acceptarea unor asemenea conținuturi pe ecranele noastre și măsurile luate, mai ales în ultima vreme, de eliminare a lor le considerăm foarte bine venite.

Copiii și adolescenții, ca și tinerii, manifestă o vie curiozitate, exprimată în dorința lor neconținută de a ști, de a cunoaște, de a afla cît mai multe, de a se informa. Ei simt nevoia profundă de a se cultiva, (de a se forma), de a-și îmbogăți și aprofunda continuu cunoștințele, de a-și clarifica multe din ideile și problemele care-i preocupă sau cu care sînt confrunțați zi de zi în activitatea lor școlară sau extrașcolară. Animați de asemenea trebuințe spirituale, elevii manifestă încredere și speranță în film, în emisiunea de televiziune și radio, în lectura presei, a cărții de popularizare etc. Ei recunosc în acestea un mijloc excelent de informare prin intermediul căruia pot să facă cunoștință cu situații inedite de viață, să se familiarizeze cu ideile unor mari personalități (vezi emisiunea „O viață pentru o idee“, etc.), să-și satisfacă imaginația fantezistă ori gândirea realistă etc. Pentru mulți elevi, contactul cu mass-media este privit ca un veritabil act de cultură.

La adolescenți și tineri, trebuința de cunoaștere, ca și nevoia de acțiune, se asociază și unei înclinații evidente spre visare, spre romantism și poezie. Adolescențele și adolescenții sînt atrași și încîntați uneori pînă la fascinație de stelele de cinema în chipul și viața cărora își proiectează propriile lor visuri și dorințe. Ei agreează atît de mult filmul de aventuri tocmai pentru că acest gen îi transpune ușor într-o lume unde se mișcă personaje de vis cu care ei doresc să se identifice și se identifică, de fapt, în timpul spectacolului. Desigur, această înclinație spre visare nu trebuie înțeleasă ca expresia unei eventuale insatisfacții permanente cauzată de aspectele vieții și lumii reale în care își duc existența, ci ca ceva dedus legitim dintr-o complexă necesitate de a avea, de a vedea, de a ști mai mult, de a

se înălța printr-un vis țesut pe pînza ecranului, de a trăi mai profund, de a cunoaște sentimente mai adînci și mai arzătoare decît cele pe care le întîlnesc în viața obișnuită. Pentru elevi, această evadare din preocupările cotidiene nu are, deci, semnificația unei fugi iresponsabile de real, a unei desolidarizări de viață și de adevăr, de refugiu în absurdul unor vise, ci a unei dorințe arzătoare de autodepășire, de împlinire, de autocunoaștere printr-o detașare de propria-i substanță real-concretă.

Mulți cercetători exprimă părerea că probabil din aceleași nevoi de visare, de recreare, de distracție izvorăște și interesul adolescenților pentru cîntec și muzică, pentru melodie și ritm. Adolescenții găsesc în cîntecul melodios și ritmic expresia adecvată a gândurilor și aspirațiilor lor, a sensibilității și sentimentelor lor erotice. Melodiile și cîntecele, mai mult ca orice, corespund esenței lor, ating sensibilitatea lor. Prin omniprezența lui, cîntecul este un bun prieten al copiilor în jocurile lor; este un bun confident al adolescenților în clipele lor de frămîntare sufletească, de trăiri sentimentale, de regăsire de sine. Expresie a tineretii, cîntecul a cuprins masa tineretului și trebuie să recunoaștem că radioul, discul și magnetofonul aduc o contribuție esențială la extinderea dimensiunilor acestui fenomen.

La vîrsta preadolescenței și adolescenței, atunci cînd încep să se formeze idealurile morale și de viață, elevii caută contactul cu mass-media și din nevoia de a se forma ca oameni. De multe ori, în imaginea unor personaje care evoluează pe ecran, ei văd adevărate modele, adevărate simboluri de viață și de conduită care întruchipează la modul cel mai activ calități deosebite de inteligență, trăsături de voință și de caracter, de competență profesională etc. pe care tind cu ardoare să și le apropie.

Idealizarea unor eroi, opțiunea și atașamentul față de unele personaje, exprimă adeseori o dorință ascunsă sau vizibilă de a fi ca aceștia, de a acționa în același mod, aspecte asupra cărora vom reveni în subcapitolele care urmează.

Nevoia de a se evidenția, de a-și afirma personalitatea explică și ea unele atitudini ale adolescenților. Uneori ei merg la cinematograful din dorința de a se diferenția, de a se rupe din climatul afectiv al familiei, de a da un răspuns aspirațiilor lor

fundamentale către independență, de a trăi, astfel, o autonomie de alegere și de judecată prin stabilirea unor raporturi libere cu mediul socio-cultural. Ei preferă cinematograful și din nevoia de certitudine și, totodată, de participare și de acceptare: vor să stea în contact cu alții în sălile de cinematograf, să aibă experiențe comune, să trăiască cu semenii lor, să-și afirme prezența în comunitatea socială și să se bucure de felul cum ceilalți iau act de identitatea lor. A. Pesce susține că acest fapt de a asculta, de a vedea și de a reacționa simultan răspunde unei necesități primordiale de certitudine și constituie o experiență colectivă care, fiind cimentată de o stare izomorfă de grup, devine „experiență împărtășită” (112), nu lipsită și ea de o serie de consecințe.

Evident, cele menționate până aici nu epuizează întreaga gamă de motive invocate. Există și altele. De exemplu cercetătorii britanici au constatat că micul ecran captivează cu deosebire pe acei copii și tineri care cunosc momente de tensiune, frustrări și animozități în relațiile lor cu părinții, prietenii, colegii etc. În spectacolul cinematografic sau televizat ei pot astfel să găsească un moment de liniștire și de împăcare, de compensare a acelor frustrări și limitări la care sînt supuși (76).

Și dacă admitem că reacția atât de favorabilă a copiilor și adolescenților la prezența diverselor mass-media și conținuturi difuzate de ele are la bază asemenea impulsuri și trebuințe interioare, dorințe și interese personale, în mod implicit sîntem nevoiți să recunoaștem și efectul invers, adică acțiunea de modelare, de adîncire, nuanțare și accentuare a acestor mobiluri. Asupra cîtorva dintre aceste aspecte intenționăm să stăruim în continuare.

3. *Citeva date privind opinia cadrelor didactice despre efectele comunicațiilor de masă.* Ca să întregim imaginea noastră asupra urmărilor posibile care se fac resimțite în evoluția psihosocială a tineretului școlar, considerăm extrem de important să cunoaștem și părerile acelor care lucrează zi de zi și în mod nemijlocit cu diferitele colectivități școlare. Deși opiniile învățătorilor și ale profesorilor se bazează, de regulă, pe datele unei observații empirice, totuși, ele prezintă avantajul că s-au conturat pe temeiul sesizării unui evantai mai larg de mani-

festări spontane, mai numeroase ca frecvență și bogăție de corelații și mult mai îndelungate în timp. De aceea, ele ar putea să devină semnificative, sensibilizîndu-ne la unele aspecte care ar fi putut să ne scape din vedere sau cărora nu le-am acordat suficientă atenție.

Astfel, în urma sondajului efectuat reiese că 57,85% din lotul de cadre cărora ne-am adresat consideră că influențele exercitate de întregul ansamblu al comunicațiilor de masă sînt *pozitive*, iar 42,14% și *pozitive și negative*, în același timp. Nimeni nu a făcut aprecieri exclusiv negative, nici n-a considerat ca lipsite de vreo importanță aceste înrîuriri. Disociate, opiniile exprimate la adresa cinematografului și a televiziunii apreciază influențele acestora ca fiind: *pozitive* — 33,92%; și *pozitive și negative, deopotrivă* — 66,07%. Influențele radioului și ale presei sînt considerate *pozitive* în proporție de 81,78% din totalul răspunsurilor; și *pozitive și negative în același timp*, în proporție de 18,21%.

În susținerea acestor afirmații evaluative sînt invocate o serie de argumente pe care le-am grupat în jurul unor indicatori cu valori pozitive și negative, pe care îi prezentăm în ordine descrescîndă:

Pozitive			
— întregesc cunoștințele	90%	— dezvoltă memoria	53,57%
— trezesc curiozitatea	83,57%		
— îmbogățesc vocabularul	82,14%		
— contribuie la formarea concepției despre lume	70,35%	— dezvoltă spiritul critic	49,29%
— copiii sînt mai informați	67,14%	— îi ajută să se formeze ca cetățeni	46,07%
— dezvoltă puterea de exprimare	65,71%	— suscită emoții și îi sensibilizează pe elevi	45,71%
— dezvoltă dorința de cunoaștere	62,85%	— elevii manifestă mai mult interes pentru lecții	44,64%
— îi distrează	62,50%	— copii se maturizează mai repede	44,64%
— dezvoltă interesul pentru evenimentele social-politice și cultură	55,35%	— cultivă gusturile și interesele	43,25%
— oferă modele și îndreptare de comportare	54,28%		

Negative

— elevii imită gesturi, expresii, comportări necorespunzătoare	33%	— le creează doar iluzia că știu	12,14%
— îndeamnă la violență, la brutalitate	33,71%	— uniformizează comportarea elevilor	6,07%
— îi obișnuiește să fie superficiali în pregătire	12,5%		-

După cum se poate deduce de aici, cadrele didactice înclină să acorde prioritate profitului intelectual ce ar rezulta pentru tineretul școlar de pe urma contactului său cu mass-media, fără să piardă din vedere și alte avantaje sau dezavantaje ce decurg de aici.

B. Unele consecințe ale acțiunii mass-media asupra activității și dezvoltării intelectuale

Dacă în planul evoluției filogenetice a omului, văzul și auzul au fost cele mai solicitate simțuri, cele mai decisive pentru geneza și progresul gândirii, nu este mai puțin adevărat că în istoria individuală (dezvoltarea ontogenetică), privirea și ascultarea continuă să fie cele mai intim legate de activitatea intelectuală. Adresându-se acestor simțuri, și prin ele inteligenței și sensibilității, tehnicile moderne audio-vizuale au devenit unele dintre cele mai viguroase instrumente ale activității intelectuale, oferind tinerelor generații de astăzi posibilități de informare și instruire inimaginabile pentru timpurile de altădată. Comunicațiile de masă vin, în esență, să accentueze și să dea extensiune modalității iconice (prin imagini) de cunoaștere a realității. Și această formă de reprezentare imagistică, audio-vizuală, acest nou mod de a ajunge la realitate, de înțelegere a lumii înconjurătoare poate să aibă unele dintre cele mai largi și adânci implicații în mecanismul cunoașterii și în dezvoltarea intelectuală a copilului, facilitând efortul și progresul acestuia pe drumul cunoașterii.

Fără rival ca mijloace de înmagazinare și transmitere a unei mari cantități de informație într-o formă de prezentare atât de

accesibilă, de plăcută și captivantă, ele atrag tineretul școlar atât intelectualmente cât și afectiv. Mai mult decât o simplă distracție, comunicațiile audio-vizuale sînt o oglindă a vieții, o fereastră larg deschisă spre necunoscut, spre lumea exterioară, de la care copiii și adolescenții așteaptă o mai bună cunoaștere a realității. Curiozitatea vie și setea lor neconținută de cunoaștere nu mai pot fi satisfăcute în cadrul restrîns al clasei, al școlii, al vieții de familie ori al experienței obișnuite. Avizi de noi experiențe, mai bogate și variate în conținut și mai nuanțate în trăiri, ei își împlinesc satisfacțiile savurînd cuprinsul mesajelor difuzate de noile „medii“. Pentru ei, acestea constituie un izvor de noi impresii, de noi informații, de întregire a cunoștințelor dobîndite și de întărire a noțiunilor, a ideilor, a convingerilor etc. deja constituite. În sensul cel mai larg al cuvîntului, pentru ei mass-media devin „o nouă școală de cultură generală“, „o școală de instruire suplimentară“ (149), un prilej excepțional de lărgire a orizontului intelectual. Elevii înșiși sînt conștienți de acest lucru. Încercînd să surprindă felul cum elevii claselor V—VIII apreciază influența televiziunii asupra lor, Gh. Fleancu face constatarea că aceștia o consideră: mijloc de cunoaștere a lumii (81% — din răspunsurile date la acest indicator); mijloc de informare asupra problemelor de actualitate (70%); mijloc de participare la evenimentele sportive (68%); sursă de documentare tehnico-științifică (60%); instrument de cultură artistică (45%) (59). Solicitînd unui număr de 500 de elevi de liceu și 1 120 de elevi din clasele V—VIII să indice care ar fi sursele de informare cele mai importante, liceenii au situat școala pe primul loc (43%), urmată pe locul al doilea de carte (24%), pe locul al treilea de mass-media (21%) și apoi de experiența proprie (7%) și părinți, prieteni, alte cunoștințe (3%). La fel și elevii claselor V—VIII au considerat școala ca cel mai important izvor de cunoștințe, urmată însă de mass-media și apoi de carte. Sînt doar cîteva date care ilustrează încrederea elevilor în diferitele mijloace moderne de comunicare, în capacitatea acestora de a contribui la îmbogățirea cunoștințelor din diverse domenii, după dorințele și interesele lor intelectuale.

Desigur, lucrul cel mai important este de a ști: care este natura și calitatea cunoștințelor cîștigate de elevi pe această cale?

Ce fel de cunoștințe dobîndesc ei cu prioritate? Din ce domenii mai ales? Care sînt cel mai mult agreate de ei? Astfel, cerîndu-se elevilor chestionați să indice ce îi interesează să cunoască mai mult din emisiunile de televiziune, radio, filme și presă, preferințele lor se grupează după cum arătăm mai jos:

a. *Informații care vorbesc despre cunoașterea și înțelegerea raporturilor și însușirilor umane*, (38%). Între acestea se disting: fapte care se petrec în timpuri mai îndepărtate (momente din viața și lupta poporului nostru și a altor popoare) (istorie); fapte, evenimente (social-politice și economice) actuale; figuri de oameni (personalități din istorie, oameni politici, oameni de știință, artiști, sportivi etc.). Toate acestea implică achiziționarea unor valori social-morale și reprezintă aproximativ ponderea cea mai mare în ansamblul informațiilor dobîndite.

b. *Informații despre mediul social-uman* (21%), între care: cunoștințe despre viața și obiceiurile unor popoare necunoscute sau puțin cunoscute pînă acum (viața indienilor, a oamenilor din trecutul îndepărtat, a copiilor și tineretului din alte continente și alte țări etc.); cunoștințe despre așezări omenești.

c. *Cunoștințe despre realizările și manifestările omului* (20%): descoperiri recente în știință, realizări în tehnică, industrie și economie; în domeniul construcțiilor; comori de artă și cultură; manifestări pe tărîmul culturii fizice și al sportului.

d. *Cunoștințe despre mediul natural-geografic* (16%): itine-rare geografice, date despre continente, țări și regiuni; despre munți, cîmpii, jungle etc.; curiozități din viața animalelor și a plantelor; date despre mediul acvatic, oceane, mări, lacuri, riuri etc.; despre universul extraterestru.

e. *Alte cunoștințe* 5%

Deși, trebuie să recunoaștem, informațiile obținute de la aceste surse sînt greu de disociat de cunoștințele care alcătuiesc la un moment dat bagajul intelectual al unui elev, totuși, putem remarca o mare varietate a domeniilor de cunoaștere și funcția lor complementară celor de fond la care se referă programele și manualele școlare. Rezultat al unei învățări indi-

recte, adică pentru care nu s-a depus de regulă un efort voluntar de asimilare, ele vin, mai ales, să îmbogățească mereu, să adîncească și să actualizeze cunoștințele constituite în sistem prin efortul direct și metodic de învățare impus de activitatea școlară. O anchetă efectuată în Franța (1967) stabilea că 79% din băieții și 85% din fetele supuse investigației recunoșteau că diferitele emisiuni de televiziune le furnizează informații sau cunoștințe pe care ei le utilizează în școală. Privitor la domeniile în care subiecții aveau impresia că televiziunea ar favoriza în mod deosebit cultura lor personală, acestea se situează astfel: teatru B — 61%, F — 73%; literatură B — 42%, F — 55%; arte B — 35%, F — 40%; istorie B — 72%, F — 75%; geografie B — 68%, F — 70%; știință și tehnică B — 60%, F — 51%; instrucție civică B — 45%, F — 51%. (95).

Reprezentările și cunoștințele obținute prin intermediul comunicațiilor de masă devin, astfel, un veritabil suport intuitiv (perceptiv) al atîtor și atîtor cunoștințe de istorie, geografie, artă, tehnică, etc. dobîndite în școală sau pe alte căi. În special pe planul informării științifice și tehnice beneficiul este incontestabil. Mai ales emisiunile care dezvăluie rezultatele cuceririlor științifice, aplicațiile și realizările tehnice, descoperirile și invențiile etc. ocupă un loc primordial, ca și emisiunile de dezbateri și confruntări de opinii pe teme social-culturale care îi ajută pe liceeni să-și dezvolte capacitatea de a gândi dialectic și de a-și lărgi baza filozofică pe care au primit-o în școală. Dar și ceilalți elevi, din clasele inferioare, datorită noilor medii au astăzi cunoștințe numeroase asupra unor evenimente științifico-tehnice, îndeosebi a celor mai senzaționale realizări (ultimele tipuri de avioane, mașini, rachete, zborul spre lună, aselenizarea, operații pe inimă, explorarea fundului oceanelor și mărilor, utilizarea calculatoarelor etc.); și ei sînt la curent cu multe evenimente social-politice, manifestări cultural-artistice și sportive la ordinea zilei etc. de pe cele mai diverse meridiane. Imaginile despre figuri de oameni și fapte, despre realități îndepărtate în timp și spațiu sau care aparțin actualității noastre, le-au devenit mai familiare, mai apropiate. Copiii, adeseori, au ajuns să vorbească sistematic despre diferite personalități istorice (Decebal, Traian, Tudor

Vladimirescu, Spartacus, Napoleon etc.) pe baza celor văzute în filme mai ales, ca și cum ar vorbi despre cei mai apropiați prieteni și colegi de-ai lor; ei vorbesc despre fapte istorice sau întâmplări recente din alte țări sau de la noi, despre cutezătoarele acțiuni de explorare a spațiului terestru și extraterestru, despre cele mai străvechi sau recente descoperiri, ca despre întâmplări trăite aievea. În felul acesta elevii au o imagine mereu actualizată asupra lumii, asupra realității și timpului în care trăiesc, înțeleg mai bine întregul dinamism al lumii contemporane. Acest fapt are o extrem de mare importanță mai ales pentru elevii de vîrste mai mari, care manifestă o nevoie crescută de informații de actualitate. Dincolo de anumite dificultăți întâlnite la copiii de vîrstă mai mică, însăși înțelegerea relațiilor spațiale și temporale și respectiv constituirea noțiunilor de spațiu și de timp sînt foarte mult înlesnite, se realizează în condiții mai bune.

Chiar dacă aceste cunoștințe au, pentru elevul spectator de film sau telespectator, auditor al emisiunilor de radio ori cititor de reviste, mai puțin semnificația unor cunoștințe strict istorice, geografice, fizice, tehnice ori literar-artistice și sociale, etc., chiar dacă în sine ele nu sînt, totuși, de factura celor pe care le impune școala și studiul sistematic și asiduu bazat pe un efort voluntar de învățare, sinteza lor (asociată celorlalte date rezultate din experiențe cîpătate prin școală sau alți factori educativi), poate să ducă la o cunoaștere mai profundă a realității, la o cunoaștere mai atentă și de mai mare sensibilitate a *elementului uman, a omenescului*, „la apropierea unui om ca mine și ca tine“, de demult și de pretutindeni. Față de alți copii, la cei care beneficiază de mass-media (de televiziune îndeosebi) se remarcă un progres în cunoașterea mai subtilă a lumii adulte, a intimităților omului. Asigurînd o prezentare artistică, a peisajelor și a vieții din țări îndepărtate, mass-media facilitează înțelegerea obiceiurilor, a tradițiilor, a practicilor și a altor fenomene sociale și politice mai complexe. Se poate afirma că noile comunicații sînt un mijlocitor al celor mai înaintate idei ale epocii în știință și tehnică, în artă și viața socială, favorizînd o prezentare mai clară, o înțelegere și explicare științifică a realității. Impresiile și datele noi obținute prin intermediul televiziunii, a cinematografului, a re-

vistelor etc. contribuie, adeseori, la o restructurare mai facilă a cunoștințelor existente și eventual la corectarea celor eronate. Așadar, informația cîpătată prin noile mijloace comunicaționale poate să joace un rol important în organizarea reflectării lumii și a atitudinii față de aceasta, respectiv în constituirea unei *concepții științifice, materialist-dialectice, despre lume și viață*, adică tocmai a aceleia care asigură orientarea întregii formații culturale a tinerelor generații. Firește, sesizarea și măsurarea (prin metode statistice) a unor asemenea înfriuri este imposibil de obținut, dar existența lor transpare în ceea ce elevii știu și gîndesc, în felul cum judecă și interpretează lucrurile și fenomenele, în actele lor de comportare. Educatorii sînt conștienți de asemenea înfriuri și majoritatea dintre ei susțin că prezența lor în viața și modul de manifestare al elevilor poate fi oricînd constatată în mod empiric. În unanimitate ei recunosc, de asemenea, o îmbunătățire considerabilă a vocabularului și a puterii de exprimare a acelor copii care vizionează și audiază cu regularitate emisiuni și filme potrivite lor, care citesc reviste, ziare etc. ceea ce implicit se răsfrînge pozitiv asupra dezvoltării gîndirii, a capacității lor logice de a formula asociații mai numeroase și mai adecvate.

Deși se admite că mass-media oferă cunoștințe autentice și îl ajută pe copil să abordeze cu mai multă ușurință acum unele probleme reale ale vieții, că stimulează o gîndire realistă, totuși se aduc și critici tocmai în sensul opus celor arătate. După unii cercetători televiziunea, cinematograful etc. permit contactul de timpuriu cu substitutele sau „surogatele realității“, cu o realitate transfigurată într-o suprarealitate a informațiilor, ceea ce ar putea să altereze sau să degradeze fazele firești ale proceselor de cunoaștere a realității propriu-zise; să producă un dezechilibru între experiența de cunoaștere directă, nemijlocită, prin simțuri, și cea indirectă, mijlocită, prin comunicare, care sporește acum considerabil. În plus, ar putea să provoace un sentiment al înstrăinării de realitatea propriu-zisă, o anume orbire și formarea unei anumite optici nerealiste asupra vieții (J. T. Klepper). Mai ales la copiii de vîrste mai mici se observă tendința de a considera drept realitate imaginea de pe ecran. Lor le lipsește înțelegerea imaginii, adică linia clară de despărțire între obiect și prezentarea lui pe ecran. Această

capacitate de a sesiza deosebirea dintre real și fictiv intervine treptat și de-abia de la vârsta de 6 ani în sus (W. Tröger).

Oricum ar fi aceste cunoștințe, după unii nu numai mai numeroase, dar și mai exacte, mai clare, mai vii și mult mai durabile, iar după alții mai superficiale și trecătoare, disperate și anarhice (semn al unei culturi haotice și de valoare îndoielnică), cert este că ele se fac simțite într-o formă sau alta în viața intelectuală a copiilor noștri. Prezența noilor comunicații moderne este însoțită de apariția unor noi condiții de constituire și dezvoltare a experienței de cunoaștere la copii; este influențat conținutul intelectual al culturii lor în formare. Acest lucru se resimte foarte bine în cursul diverselor discuții libere la care se angajează în mod spontan copiii și adolescenții între ei sau cu interlocutori mai în vârstă. Cu destulă ușurință ei reușesc, de la o anumită vârstă, să participe la o conversație în jurul celor mai interesante și variate subiecte la ordinea zilei, bineînțeles la nivelul posibilităților lor de cunoaștere și pătrundere a lucrurilor. Toate acestea dau impresia unei dezvoltări mai precoce sub aspect intelectual. Mulți părinți și învățători anchetați de noi au pus și pe seama televiziunii, a radioului, a cinematografului, etc. maturizarea intelectuală mai timpurie a copiilor; au folosit-o ca un argument în plus în susținerea școlarizării de la vârsta de 6 ani.

Și totuși, problema influențelor comunicațiilor de masă asupra succeselor școlare rămâne încă ținta a numeroase controverse, până când cercetările vor aduce date mai certe și în această privință. Dacă, după unii cercetători, asupra situației la învățatură nu s-ar fi constatat efecte pozitive sau negative într-o perioadă mai îndelungată de timp, există o serie de cercetări întreprinse în S.U.A., Franța, Japonia etc. care au stabilit existența unei corelații directe între urmărirea emisiunilor de televiziune și rezultatele slabe la învățatură ale elevilor claselor gimnaziale (44, p. 106). În Anglia, pe baza unor anchete comparative, cercetătoarea Himmelwit a ajuns la concluzia că nu există diferențe de nivel între cei care au televizor acasă și cei care nu au. Ceea ce se poate stabili cu rigoare, este că cei mai puțin străluciți dintre elevi suferă mai curînd o influență fericită din partea tehnicilor moderne audio-vizuale. Aceasta, deoarece, probabil ei nu au multe ocazii de a-și lărgi

spiritul și atunci se retrag în fața micului ecran, pe cînd pentru alți subiecți, cei străluciți la învățatură, televiziunea nu influențează cu nimic rezultatele școlare (23, p. 41). O altă anchetă, efectuată în Polonia de J. Komarowska, ajunge la concluzia că în timp ce la copiii proveniți din familii care au cumpărat un tele-receptor se remarcă timp de cîțiva ani că obțin rezultate mai slabe la învățatură, după alți cîțiva ani, în general 4—5, ei ajung, totuși, să restabilească situația, atingînd nivelul de pregătire a copiilor care nu au televizor acasă. În medie, deci, și unii și alții obțin aceleași rezultate (23, p. 42). În cercetările sale H. Culea face observația că profesorii și diriginții anchetați s-au dovedit mai sceptici față de laudele excesive la adresa televiziunii, bănuind că ar exista o anumită corelație între anumite rezultate slabe ale unor elevi mediocri și „împrăștierea intelectuală” care ar rezulta din urmărirea asiduă și pînă la ore tîrzii a emisiunilor de pe micul ecran (44). O anchetă întreprinsă de Elisabeth Roth în rîndurile profesorilor de liceu din Strassbourg (1966) reține opinia acestora după care nivelul elevilor dintre anii 1960—1964 a scăzut în raport cu cel al elevilor din jurul anului 1948. Între cauzele scăderii nivelului de instruire, televiziunea, radioul și mai puțin cinematograful ocupă un loc primordial, deoarece ele nu ar încuraja efortul de gîndire, de concentrare a atenției și respectiv de îmbogățire a sistemului de cunoaștere (151).

Se exprimă, de asemenea, temerea că facilitatea însușirii unui volum mărit de cunoștințe este plătită mult prea scump de noile generații. Prin supraabundența informațiilor ce o aduc, mass-media ar fi un factor de supraaglomerare a copilului, iar aceasta ar fi însoțită în mod inevitabil de *dificultatea adîncirii cunoașterii*. Calitatea receptării informației în ritmul accelerat care-i este impus, l-ar împiedica pe copil să asimileze, să examineze și să ia poziție critică. La toate acestea s-ar adăuga și faptul că acum *cunoștințele sînt date de-a gata*, iar asimilarea lor s-ar face fără efort, doar prin simpla reținere, și în condiții de relaxare specifică, dedusă din forma artistică de prezentare a informației revărsate de diversele comunicații moderne. În propria-i conștiință copilul nu ar mai simți nevoia unui efort personal, de participare activă la elaborarea cunoștințelor ce-i parvin. Asemenea modalitate de-a se adresa ra-

țiunii ar genera o atitudine de ușurință la elevi în însușirea noilor cunoștințe, ar încuraja dezvoltarea unei psihologii a pasivității intelectuale, ar cultiva comoditatea, lipsa unui efort personal de gândire constructivă și originală (G. Friedmann, J. Dumazedier, Cohen-Séat, G. Duhamel etc.). Altfel spus, ar fi încurajată în mod simțitor o anumită lenevie spirituală; copilul ar fi sustras de la un efort de muncă intelectuală serioasă; „ar duce la un fel de spaimă în fața a tot ceea ce presupune încordarea minții“ (110, p. 13). Și desigur, o asemenea receptare nu ar fi de natură să realizeze o acțiune formativă de „creștere intelectuală“. Contactul cu mass-media ar fi susceptibil, așadar, să-l transforme pe copil într-un consumator pasiv al informației, al culturii, și nu într-unul activ. Toate acestea ar îndemna, în cele din urmă, la superficialitate, ar duce la o cultură de suprafață și de improvizatie, la o gândire vagă, ceea ce ar putea să însemne, în ultimă analiză, sfârșitul reflecției personale. Se spune că limbajul vizual-auditiv (al imaginii și sunetului) nu lasă loc pentru meditație proprie asupra a ceea ce a fost dat să fie văzut și auzit. Mașina, în mod inevitabil, nu se oprește și nu repetă. Televiziunea, cinematograful și radioul nu repetă ceea ce comunică; fluxul de informații merge, curge, se precipită, spre deosebire de carte, de lectură, care permit oprire, repetare, întoarcere și o reflecție atât de indispensabilă. Și unde nu este reflecție nu este creație, nu este cultură. Tocmai de aceea se și spune că a fi informat nu înseamnă a fi cult (138). Or, nimic nu ar putea să fie mai dăunător dezvoltării capacității de creație a copilului, decât o asemenea modalitate de travaliu intelectual lipsit de meditație profundă. În general se afirmă de către unii psihologi și culturologi că invadarea culturii cu imagini stingherește creația individuală. Mulți copii, elevi de astăzi, își închipuie că știu de toate și foarte multe, că înțeleg prea bine, pentru că au văzut și au auzit foarte multe. În realitate, ei trăiesc doar o iluzie, deoarece știu și înțeleg foarte puține atâta vreme cât nu adâncesc cele dobândite. Însuși faptul, apoi, că tineretul din zilele noastre a devenit oarecum complexat de amploarea și cantitatea informației, îl aduce în fața superficialității. Copiii sînt mult prea mult angrenați în preocupările și interesele adulților, fără să ajungă la cunoașterea în profunzime a acestora. Este ade-

vărat însă că alte anchete sociale au adus mult mai multă moderație. De exemplu, acelea care au fost efectuate în Anglia au arătat că „... pasivitatea pe care o putem constata este cu puțin crescută la contactul cu televiziunea în timpul cîtorva ani, de început, dar lucrurile reintră, pînă la sfîrșit, în ordine, telespectatorii nefiind în medie mai pasivi decît alții, fie în domeniul pur intelectual, fie în domeniul manual“ (23, p. 43). În prezent există numeroși cercetători care recunosc că într-adevăr activitățile legate de receptarea conținuturilor furnizate de mass-media pot să cuprindă un registru extrem de larg de stări intelectuale și emoționale, care pot pendula între pasivitate și plictiseală totală, dezinteres și insensibilitate, de o parte, pînă la participarea activă și luptă interioară, încordarea atenției și tensiunea trăirii, forță creatoare, deplină și însuflețită, de cealaltă parte (42). Mulți încearcă să demonstreze că așa zisa pasivitate sau pasivitate quasi-totală de care ar da dovadă copilul în fața mesajelor audiovizuale este contrazisă de o atitudine de evidentă participare, printr-o intensă și complexă activitate psihică. Este cu totul fals, susține M. Tardy, să mai acceptăm concepția „superficială care face din spectator o ființă în a cărei conștiință imaginile s-ar investi în mod mecanic“ (134); în realitate el este mereu activ, selectiv față de ceea ce îi place sau îi displace, stabilește relații logice între imagini, reconstituie acțiunea etc. De multe ori un film, o emisiune de televiziune sau de radio, un reportaj, un disc etc. îndeamnă la meditații, pun probleme care frămîntă, deschid perspectiva unor adînci reflecții. Aceasta este o activitate care nu se exteriorizează atât de ușor, dar ea există și nu este cîtuși de puțin lipsită de importanță. Dar ea depinde, desigur, de un număr mare de variabile și de constante, între care conținutul și calitatea conținuturilor transmise, forma de prezentare, gradul de motivație al celui care privește și ascultă, corespondența emisiunilor și filmelor etc. cu gusturile sale, adeziunea sau repulsia pe care o manifestă etc. În cazul în care valoarea conținuturilor și receptarea lor se face în condițiile unor intense trăiri afective și participări mintale, există premisele necesare ca acțiunea mass-media să înrijuească dezvoltarea forțelor intelectuale, să întrețină un joc al minții, să stimuleze dezvoltarea spiritului de

observație și de discernămint, ca și a memoriei, să aprindă și să întetească imaginația copiilor, să declanșeze bucuria percepției plenare, să dezvolte mai departe pasiunea pentru a continua observarea directă și profundă a realității însăși. Un asemenea contact cu mesajele audio-vizuale ar putea, deci, să mijlocească formularea unor judecăți și idei mai clare despre lumea fenomenelor și evenimentelor din natură și viața social-umană. Probabil tocmai asemenea considerente au îndemnat-o și pe Ecaterina Oproiu să susțină că mass-media nu duc fatalmente la superficialitate, ci prezintă doar o eventuală ispită spre așa ceva (110, p. 13). De altfel, mulți educatori cuprinși în cercetările noastre și-au exprimat o asemenea încredere, pornind de la observarea empirică a elevilor cu care lucrează.

Pe de altă parte, s-au făcut în unele țări cercetări care vor să dovedească faptul că și atunci când nu se pot sesiza modificări substanțiale în evoluția proceselor de cunoaștere ale copiilor și tinerilor supuși influențelor televiziunii, în comparație cu felul cum se manifestă aceste procese în mod obișnuit la grupurile care nu au venit în contact cu ea, se poate remarca în mod evident *aparitia unor noi trebuințe (sau noi forme de exprimare a trebuințelor) culturale și instructive* la cei dinții. Mass-media stîrnesc nevoia de informație, suscită curiozitatea, interesele cognitive și o mai vie dorință de a ști, de a se ține la curent cu noutățile, de a reține idei și fapte esențiale pentru propria formare, ca și dorința de a participa la o experiență socială mai vastă. Firește, o asemenea înriurire atitudinală, de motivație, nu este lipsită de importanță pentru activitatea intelectuală și pentru evoluția spirituală a tineretului școlar, în special a adolescenților, angajați tot mai mult într-un efort de autoinstruire. Este aici un fapt pozitiv, recunoscut și de majoritatea cadrelor didactice supuse investigației noastre, atunci când afirmă că o parte din influențele mass-media se cristalizează în declanșarea sau accentuarea unor atitudini favorabile studiului, activității de cunoaștere în general.

Deoarece mass-media utilizează cu precădere limbajul imaginii (non-conceptual), unii afirmă că există riscul ca orice intensificare abuzivă a contactului cu imaginea să întîrzie întrucîtva dezvoltarea intelectuală a copilului, să-l mențină pe o treaptă inferioară, limitată, a cunoașterii. Orice întărire ex-

cesivă a realității imaginilor ar prezenta primejdia de a stîngheri generalizarea conceptelor, de a îndepărta pe copil de conceptualizare, de a frîna dezvoltarea gîndirii lui abstracte, ceea ce în ultimă analiză ar duce la alienație prin imagini. Cîștigul intelectual de pe urma consumului mesajelor audio-vizuale ar fi, astfel, destul de redus și mai mult de ordin cantitativ decît calitativ. Este o situație care ar constitui un obiect de îngrijorare și de studiu pentru mulți specialiști care se ocupă de educația tineretului. În cercetările noastre, am întîlnit, totuși, puține cadre didactice care să fi exprimat asemenea temeri, poate și datorită faptului că la noi învățămîntul a făcut încă prea puțin pentru a-și apropia tehnologia modernă audio-vizuală, menținîndu-se mai mult în domeniul verbalismului, decît în cel al imaginii.

Fără să subapreciem sau să neglijăm faptul că procesele mintale superioare se situează, în cea mai mare parte, deasupra sferei reprezentării vizuale, că imaginea nu face apel întotdeauna la cele mai evolute funcții ale intelectului, totuși, după opinia noastră, nu trebuie să pierdem din vedere nici posibilitatea ca diferitele mesaje, îndeosebi cele filmice, să joace un rol intermediar, înlesnind trecerea de la experiențele cele mai directe de cunoaștere (concret-senzoriale) spre cele mai indirecte (abstracțiuni, idei). Tocmai de aceea, în „piramida experienței educative”^{*}, profesorul american Edgar Dale situează televiziunea și filmul undeva la mijloc, acolo unde ar putea cupla realul cu abstractul, concretul brut cu universul mental, imaginea cu conceptul și invers, permițînd copilului să parcurgă cu ușurință această scară în ambele sensuri și să ajungă la o înțelegere mai profundă a lucrurilor și fenomenelor realității obiective (86). Cu atît mai mult înregistrările de radio pot să contribuie efectiv la dezvoltarea capacității de abstractizare.

Reținînd aceste incertitudini și controverse, noi rămînem, totuși, la convingerea că o utilizare rațională a tehnicilor audio-

* Piramida lui Dale urmează această ascensiune: experiențele cele mai directe, experiențele provocate, dramatizări, demonstrații, excursii, expoziții, televiziune, filme, înregistrări radio, simboluri vizuale, simboluri verbale, experiențele cele mai abstracte.

vizuale, în condițiile difuzării unor conținuturi de înaltă valoare cultural-științifică și umanistă, poate să contribuie simțitor la lărgirea continuă a culturii generale a tineretului școlar, la dezvoltarea capacităților sale intelectuale și în cele din urmă la cultivarea lui în spiritul înaltelor principii ale conștiinței socialiste.

C. Mass-media și viața afectiv-estetică a elevului

Comunicațiile sociale au schimbat considerabil nu numai modul de însușire a experienței de cunoaștere a noilor generații, ci și cel de asimilare a experienței afective, de cultivare a sensibilității. Ele aduc modificări care pot avea semnificația unei mai largi și profunde îmbogățiri a vieții afectiv-emoționale a copilăriei, a vibrației lăuntrice caracteristice adolescenței sau dimpotrivă, de sărăcire a gamei lor de trăiri, după cum susțin unii autori mai pesimiști. Prin faptul că mass-media comunică nu numai informații, gânduri și idei, ci și emoții, sentimente și atitudini, ele devin nu numai o sursă în plus de informații, de acțiune asupra inteligenței și activității mentale, ci și un factor care intervine activ în dinamica și evoluția stărilor afectiv-emoționale ale ființei umane în devenire, deci un factor de stimulare, de modelare și de dezvoltare a orizontului lui de trăiri emoționale.

Spre deosebire de trecutul nu prea îndepărtat, când viața copilăriei putea să fie mai monotonă și mult mai săracă în trăiri și tensiuni emoționale, declanșate adeseori doar de farmecul și ghidușile jocului, de poveștile și snoavele bunicilor, de cîntecele mamei, de lectura basmului ori de evenimentele familiale, de noutățile satului, ale străzii sau cartierului etc., astăzi, la aceste situații se adaugă noi și noi posibilități de atracție și antrenare a vieții afective; în tot mai multe familii se folosește proiecția diafilmului pentru copii, ascultarea discurilor și a benzii de magnetofon; televiziunea oferă atâtea filme de desene animate pentru copii, seriale, emisiuni speciale ca și alte programe, cinematograful devine și el mai atrăgător pentru copii; radioul la fel, iar revistele și ziarele cunosc o tot mai

mare expansiune și atractivitate. Am putea spune deci că prin toate acestea, mass-media introduce numeroase alte situații emoționale și noi ritmuri de trăire ce impresionează copilul și dau un curs mai dinamic tensiunilor vieții sale afective. Comunicațiile de masă suscită cu o frecvență nebănuită de mare (este adevărat, cam anarhică) un registru variat de trăiri și tensiuni sufletești dirijate, în condițiile societății noastre, spre un conținut elevat, pătruns de cele mai adânci și autentice semnificații umane. Stressul (solicitarea) emoțional al copilului (și nu numai al lui) este în tot mai mare creștere. Și oare, în felul acesta, expunerea sistematică la diversele mass-media nu reprezintă un adevărat exercițiu care, integrat altor influențe educative, contribuie la amplificarea și cumularea, cu timpul, a trăirilor personale? Acest antrenament nu facilitează oare o generalizare mai timpurie a stărilor afective și emoționale în sentimente puternice, de relativă stabilitate și de mai lungă durată? Noi credem că da, deși nu este exclusă apariția și a unor implicații negative.

Așa după cum am văzut în primele pagini ale acestei lucrări, limbajul audio-vizual are un puternic substrat afectiv, dispune de o uriașă forță de declanșare și mobilizare a mecanismelor afectiv-emoționale ale tuturor vîrstelor omului. Filmul proiectat sau televizat, emisiunea de televiziune sau transmisia radiofonică pot să instituie cu ușurință o realitate afectivă, de multe ori mai puternică decît realitatea practică. Folosind mijloace de expresie de mai mare impresionabilitate (mișcarea, jocul de lumini, culoarea, sunetul, cuvîntul, muzica, zgomotul) imaginile atribuie obiectelor și fenomenelor, evenimentelor și faptelor prezentate o mai pronunțată coloratură afectivă și forță de impresionare a sensibilității. Față de oricare alt gen de comunicare, cea audio-vizuală adaugă fluxului de cunoștințe transmise o mai mare notă afectivă și ca atare creează în jurul acestora un mai bogat climat emotiv, declanșează o participare afectivă mai intensă, o trăire mai nuanțată în momente de tensiune, de confruntări dramatice. Căci sufletul cinematografului, ca să ne referim deocamdată la această formă majoră a comunicațiilor de masă, este tocmai trăirea, participarea afectivă maximă a copilului (Ed. Morin). Predominarea elementelor emotive este hotărîtoare în cinematografie, ca și

în celelalte conținuturi audio-vizuale, în general. Regizorii, cei care participă la crearea mesajelor audio-vizuale, se folosesc de tot felul de elemente emoționale tocmai pentru a influența fondul pasional al spectatorului, pentru a produce în public reacții corespunzătoare propriilor lor trăiri, pentru a obține un acord al vibrațiilor intime. Datorită încărcăturii lor afective, conținuturile audio-vizuale reconstituie o atmosferă de adâncă impresionabilitate care captivează pe spectator, obține adeziunea lui, pune stăpânire pe ființa lui și o antrenează la trăiri excepționale, de mare tensiune sufletească (77). Tocmai de aceea, pe plan emoțional, filmul, emisiunea de televiziune, proiecția de diapozitive, revista cu suitele ei de desene, paginile ilustrate etc. cuceresc pe copii și devin pentru ei, mai înainte de orice, adevărate surse de satisfacții afectiv-emoționale, de plăcere și destindere. Să ne gândim bine: oare atunci când părinții pun diafilmul în aparatul de proiecție, nu este aceasta o invitație la trăirea unui moment de bucurie și plăcere pentru copil în așteptarea desfășurării basmului sau a povestirii? Când adolescentul pune un disc sau pregătește banda de magnetofon, nu este ea o invitație la câteva minute de exaltare sufletească, de reverie, de petrecere? Deschiderea televizorului sau procurarea unui bilet la cinematograful nu este avansul unor trăiri de bună dispoziție, de ris în fața unui film comic, de savurare a tensiunii în timpul emisiunii fantastice sau polițiste? (143). În general, putem afirma că la toate vîrstele tineretul școlar manifestă mari disponibilități afective pentru participarea cinematografică sau de altă natură suscitată de diversele medii audiovizuale.

Este bine știut, apoi, că viața afectivă a copilului este intim legată de raporturile sale interpersonale, că emoțiile sînt o variație a raporturilor sale cu alții (J. Giraud). Firește, din acest punct de vedere mass-media nu sînt creatoare de relații și interrelații personale directe, în schimb ele pot să ofere numeroase substitute ale acestora. Cinematograful și emisiunile de televiziune, mai ales, pot să-i mijlocească copilului percepția unor relații indirecte, dar care pot să devină ale lui proprii în măsura în care și le aproprie, se identifică cu ele. Astfel, multitudinea de mesaje audio-vizuale cu care copiii vin în contact, aduc în cîmpul lor perceptiv numeroase situații, cazuri, exem-

ple, personaje, eroi, grupuri sociale, colectivități etc. care prin conținutul manifestărilor lor, al modului lor de a gândi și simți ori de-a acționa exprimă, într-un fel sau altul, relațiile și atitudinile lor față de: alți oameni, alte persoane, prieteni, colegi, cunoștințe, copii, tineri, femei, bărbați (sex opus), părinți, educatori, conducători etc.; muncă, învățatură, profesia aleasă, viața culturală etc.; patrie, popor, ordinea socială și politică, evenimente istorice etc., propria-i persoană etc.

Filmul, emisiunea de televiziune ori de radio, ziarele și revistele, aduc în fața copiilor decupaje sociale, „extrase” sau fragmente din realitate, portrete, fapte, evenimente etc. pe care le supun observației și analizei lor amănunțite, situații subtile și pline de învățăminte. Am putea spune că mass-media multiplică în foarte mare măsură posibilitățile de contact ale elevilor cu astfel de situații, relații, probleme și cu întreaga gamă de gânduri și idei, trăiri și sentimente, fapte și comportamente de care este capabil omul. Prin caracteristicile lor, imaginile audio-vizuale recreează autentic și emoționant fragmente de realitate, secvențe de viață, surprind sentimente și reacții pline de adevăr omenesc; alteori ele reconstituie în mod artificial realitatea și datorită mijloacelor tehnice și estetice de care dispun, noile „medii” au o capacitate de sugestie atât de mare, încît potențează uneori realitatea însăși, o fac mai „vie” decît este ea de fapt, creează iluzia conștient acceptată că ceea ce vedem se petrece aievea (106). Această iluzie a autenticității și a situării în inima faptelor, trăită o dată cu vizionarea unui film, este viguroasă și emoționantă, are o intensitate specifică; solicitarea elevilor spectatori devine și ea mai intensă și mai complexă, ceea ce accentuează și mai mult puterea de înrîurire a imaginilor asupra vieții lor afective.

Înfățișarea acestor relații și atitudini, uneori atât de contradictorii și conflictuale, la care se asociază din plin sugestia afectivă a personajelor sau a interpreților, a celor care au creat aceste mesaje (scenariști, regizori, actori, operatori etc.) au darul să miște sufletește, să-i zguduie pe tinerii spectatori, să-i facă să înțeleagă mai profund adevăratele sensuri și semnificații umane și sociale. După caz, elevii pot să reacționeze favorabil sau nu; să adopte atitudini foarte diferite sau nuanțate; să înceapă să reflecteze, să-și pună probleme sau dim-

potrivă, să rămână indiferenți. Tot ceea ce se petrece pe micul sau marele ecran ori sint relatate în emisiunile de radio, în paginile revistelor ilustrate etc. devin mai întii de toate pentru copii obiectul unor trăiri (atitudini) emotive mai mult sau mai puțin puternice, intense, pozitive sau negative, legate direct de reprezentările, faptele, actele, acțiunile morale sau imorale, umane sau inumane ale eroilor vizați; copiii rid sau plîng odată cu eroii preferați; se bucură sau se întristează, suferă o dată cu ei; ei pot fi determinați să manifeste atitudini de acceptare și simpatie față de cea ce este demn, pozitiv, măreț în viața și în faptele eroilor sau invers, să încerce sentimente de respingere și antipatie față de ceea ce este nedemn, laș și degradant în gîndurile, faptele și gesturile acestora. Solicitîndu-i pe elevi să precizeze care personaje sau eroi din filme i-au impresionat cel mai mult sau care scene le-au prilejuit tensiuni emoționale mai puternice, am putut deduce din conversații, din analiza unor răspunsuri și lucrări scrise, că ei au trăit emoții și au manifestat simpatie și atașament față de acele personaje sau eroi care s-au distins prin acte de inteligență și eroism, curaj, voință, tenacitate, bărbăție, iubire de patrie, cinste, dreptate, umanism, spirit de sacrificiu, istețime, devotament, noblețe sufletească etc. Răspunsurile au relevat scene și personaje din filme care au pus în evidență asemenea trăsături umane:

„M-a impresionat cel mai mult lupta dîră a lui Spartacus”; „Lupta dacilor pentru apărarea pămîntului lor”; „Spiritul de sacrificiu al eroilor de la Telemark”; „Istețimea lui Chapman, agent secret care a pus totul în slujba patriei lui”; „Lupta și eroismul partizanilor din filmul Cozara”; „M-a impresionat în acest film („Baltagul”) înuta demnă a eroinei”; „Nu mi-a plăcut faptul rușinos din acest film, („Baltagul”) lăcomia unora de a se îmbogăți, de a fi cit mai bogați... În schimb mi-a plăcut făptura aceea firavă, cu talentul său, al țaranului român, care nu se va stinge niciodată și care preferă să fie sărac dar cinstit (curat)”; „Ca să-ți ajungi idealul trebuie să lupți neîncetat” („Thierry la Fronde”); „mereu trebuie să muncești cu dragoste și pasiune” („Cum a compus George Gerschwin”).

Elevii simpatizează eroii care luptă împotriva nedreptății, răspunzînd unei necesități umane, dorinței de a vedea înfrîntă nedreptatea; manifestă atitudini de dispreț împotriva dușmanilor poporului, a faptelor imorale, a actelor care contravin climatului social-moral cu care sint familiarizați, împotriva lipsei de omenie și umanism sub multiplele ei forme de manifestare. Atunci cînd copiii văd filme cu conținut istoric și social — pe care le apreciază în mod deosebit — ei participă emoțional la desfășurarea acțiunii, se solidarizează cu cei subjugați și asupriți, condamnă pe cîmpitori și exploatare, simpatizează pe eroii pozitivi, simt bucurie pentru victoriile obținute de popor, manifestă indignare față de nedreptăți și samavolnicii etc.

Toate acestea probează că noțiuni și probleme dintre cele mai complexe prezentate de cinematografie, televiziune și radio, departe de a rămîne sau deveni abstracte pentru copii, reci și impersonale, primesc, parcă, un aspect mai uman; ele sînt nu numai mai concrete, materializate, dar și umanizate, personalizate oarecum și pot să-și croiască un drum mai sigur spre tînărul spectator, să-i cucerească cugetul și inima.

Afecțiunile și emoțiile trăite cu aceste prilejuri pot să îndeplinească o funcție integratoare, să faciliteze accesul spre înțelegerea mai bună a relațiilor dintre oameni, adevăratele lor motive de acțiune, trăsăturile morale care-i caracterizează, marile probleme ale destinului uman. Copiii întii apreciază afectiv și după aceea pe planul rațiunii; ei trăiesc emoțional și apoi ajung la o cunoaștere de profunzime, la gîndire, la înțelegere. Impresiile dobîndite sînt astfel asociate unor judecăți de valoare asupra raporturilor interumane, adăugîndu-se celor constituite deja, într-o anumită formă, în conștiința lor. Factorii afectivi și emoționali pe care-i pun în joc comunicațiile de masă au prin urmare un important rol de mediere a cunoașterii, de influențare și întărire a tendințelor de evoluție a vieții afective și etice, în același timp, a aspirațiilor spre bine, dreptate și adevăr și în funcție de ele tineretul școlar își orientează propriile sale forme de comportament. Este încă unul din motivele pentru care considerăm că mass-media pot să constituie o pirghie eficientă de educație, capabilă să inplan-

teze în modul de a gândi, simți și acționa al tinerelor generații, principiile noastre socialiste de conviețuire.

Dar așa cum am afirmat mai înainte, micul sau marele ecran poate să inducă reacții afective-emoționale cu atât mai intense și profunde, cu cât în cursul receptării intervin mecanisme psihologice foarte complexe și subtile, ca cele de *proiectare* și *identificare* a copilului cu lumea eroilor și a personajelor prezentate, până ce aceasta devine o lume a sa proprie. Este vorba de situații în care conținutul afectiv extrem de bogat al unor mesaje audio-vizuale creează condiții deosebite, de mai profundă impresionabilitate psihologică și în care copiii și adolescenții, mai mult decât tinerii și adulții, se lasă cuprinși și stăpiniți, cu voia sau fără voia lor, de fenomene de transferuri reciproce.

În ținuta unor personaje sau eroi care apar pe ecrane (ca și în alte genuri de spectacole), copiii găsesc un model care îi face să uite de sine, să se identifice cu el, să transfere propriul lor eu în acest model în care, parcă, se regăsesc pe ei înșiși (111), ceea ce amplifică și mai mult potențialul afectiv. Tehnicile de dramatizare la care recurg unele pelicule cinematografice ca și alte conținuturi mass-media, implică, adeseori o participare afectivă atât de intensă din partea spectatorului, încât între sufletul lui și spectacolul de pe ecran au loc veritabile transferuri; participarea poate să devină atât de puternică încât individul nu mai poate fi calificat doar ca un simplu spectator, ci aproape ca unul dintre personajele sau eroii care își desfășoară jocul pe ecran în fața ochilor săi. Am putea spune că sub impresia extrem de puternică și captivantă a unui film, dinamica afectivă a trăirilor generate îl aruncă pe tânărul spectator dintr-o extremă în alta, dintr-o stare de *proiectare*, adică de „egoism și absorbirea altuia până la dispariția lui” (în tine), în spiritualitatea celui care receptează, într-una de *identificare*, „de altruism și devotament până la uitarea totală de sine și dizolvarea în altul”. (111, p. 126).

În primul caz, (al *proiectării*), individul își proiectează (în sens psihologic) pe ecran propriile sale probleme sufletești, propriile sale tendințe și dorințe, aspirații și speranțe, „chiar a întregii ființe, până la identificarea cu anumiți eroi sau anumite situații” (78). După cum arată Șt. Steriade, referindu-se

la lucrările lui J. Mitry, fenomenul de proiectare presupune, în fond, „o expulsie în afara propriului eu a ceea ce fermentează în mod obscur în interiorul fiecăruia... un transfer spre exteriorul subiectului a unor stări psihice subiective ce se fixează fie în imagini, reprezentări sau simboluri care par în acest caz a exista obiectiv, fie asupra altor subiecți” (130, p. 175). Fenomenul proiectării implică, deci, și o anumită identificare în sensul că „spectatorul, în momentul în care eliberează în afara lui anumite virtualități psihice pe care le fixează asupra eroilor aflați în situația dată, se identifică cu personaje, care de altfel îi sînt străine, și se simte astfel trăind unele experiențe pe care el de fapt nu le cultivă îndeobște” (idem). L. Mumford aseamăna fenomenul proiectării, cu o „viață trăită prin procură (delegație)”. Proiectarea ar fi un fel de renunțare temporară la tine însuși, o trăire doar imaginară a ceea ce nu poți trăi în realitate, o transpunere în lumea de basm, de feerie, de fantastic, în regiuni exotice etc. J. Mitry consideră acest gen de identificare implicată în orice proiectare, drept un proces de absorbție care îi dă spectatorului sentimentul că trăiește experiențe inedite pe care propria lui viață nu i le poate oferi în mod curent. Pentru spectator totul se petrece ca și cum actorul ar fi un alter-ego al său, o dublură a lui, o încarnare a eului său. Astfel, fenomenele de proiectare ar putea să fie descrise — după acești autori — ca o stare de compensare a realității prin mijloace fictive, închipuite, oferind acele satisfacții pe care realitatea ar refuza să le satisfacă (Participarea la spectacolul cinematografic ar oferi soluții imaginare frustrărilor din viața reală — 67, p. 149). Privită în sensul acesta, proiecția ar avea efecte de eliberare psihică, de descărcare a unor complexe, devenind un veritabil mecanism de purificare, un *catharsis* al pasiunilor, ce ar duce în cele din urmă la restabilirea unui echilibru, la o normalizare, cu implicații de igienă mintală. De aceea, după unii psihologi, pedagogi, sociologi și alți oameni de cultură, tributari concepțiilor psihanaliste, cinematograful și televiziunea ar putea să fie folosite foarte bine în scopuri terapeutice, de ordin mintal și educativ.

În cel de al doilea caz, identificarea — ca o altă formă a uitării de sine — apare atunci cînd personajele în evoluție pe ecran se disting prin bogăție și intensitate afectivă ce întrec

faptul obișnuit, cotidian. Identificarea își face loc atunci când filmul, emisiunea etc. trezesc o puternică rezonanță emotivă în spectator, când conținutul de idei și trăiri al spectacolului (cinematografic, televizat etc.) corespund unor interese profunde, unor nevoi și aspirații intime ale spectatorului; atunci când eroii, personajele (din filme de exemplu) dovedesc însușiri eminamente simpatice, suscitând atașament, dragoste, tandrețe; atunci când se cere o angajare de așa intensitate, încît spectatorul trăiește acțiunea sugerată de spectacol întocmai cum ar trăi acțiunile vieții reale, cu întreaga lor încărcătură de tensiuni și semnificații umane. Empatia (cum denumesc Gaston Mialaret fenomenul identificării) apare pe fondul unui sentiment de nemulțumire față de propria-i persoană, de lipsă de realizare (111, p. 126), îndemnînd pe spectator la imitarea conduitei eroilor. Astfel, se întîmplă adeseori ca spectatorul să imite, mai mult sau mai puțin conștient, mimica, gesturile, expresiile, ritmul mișcărilor etc. acelor personaje de pe ecran care-i devin agreabile și-l domină. Mișcările proprii sînt sincronizate cu cele ale eroilor, ale personajelor. Dar această imitare se poate extinde tot atît de bine și asupra trăirilor emoționale, a atitudinilor mentale (de judecată, de gîndire etc.) și poate atinge grade diferite de interiorizare și fuziune între spectator și personajul adorat, încît cel dintîi se lasă absorbit, dizolvat în ființa personajelor sau eroilor din spectacolul cinematografic. Copiii trăiesc odată cu eroii de pe ecran, suferă și se bucură alături de ei, gîndesc și simt ca ei. Copiii doresc mult să fie asemănători eroilor sau vedetelor din film pe care le simpatizează. De data aceasta, opus proiecției, nu spectatorii se identifică cu eroii, ci eroii sînt identificați cu spectatorii, cu noi. Este, deci, un fenomen de nostrificare a trăirilor, a problemelor și situațiilor eroilor și el vine să umple un gol sau să dea o soluție în propria existență și problematică a spectatorului (78).

Ca mecanisme ce stau la originea însăși a percepției conținuturilor impuse de cinematograf, televiziune etc., proiectarea și identificarea se află într-o strînsă interrelație, neputîndu-se înțelege separat una de cealaltă. Tocmai în acest sens, Ed. Morin atrage atenția că „Proiectarea poate atrage sau determina procese de identificare. Proiectînd dorințele sau aspirațiile asu-

pra unui erou de film, spectatorul tinde să se identifice cu acest erou...”, numai că „identificarea nu se poate totuși reduce la proiectare. Ea este de asemenea un proces de „introiecție” „...pe calea căruia spectatorul nu numai că se identifică cu eroul, ci îl identifică pe acesta cu sine însuși” (130, p. 176). Și pentru copii, ca și pentru adulți, mass-media mijlocesc raportarea lor la alții, comparația cu alții, încît nu poate fi nimic surprinzător că ei se recunosc nu odată pe ei înșiși pe ecran și trăiesc destinul uman al eroilor cinematografului și televiziunii ca pe propriul lor destin, adeseori mult îmbogățit, amplificat și explicitat față de condițiile lor reale.

Firește, aici se poate pune problema dacă este exclusă sau nu posibilitatea ca tinerii telespectatori sau cinespectatori să se poată detașa de acțiunea și faptele eroilor. Desigur, acest lucru este absolut posibil, dar pentru a fi apti de o astfel de distanțare, de „participare lucidă”, este nevoie, totuși, de o oarecare inițiere în cunoașterea limbajului și a mijloacelor de expresie specifice în comunicațiile de masă audio-vizuale și în mod special de o anumită cultură cinematografică, problemă asupra căreia vom reveni în altă parte.

Oricum, trăind cu toată intensitatea spectacolul vizualizat pe ecran, acesta nu poate să-l lase pe spectatorii intacti, să nu genereze anumite modificări în adîncul conștiinței și inimii lor, adică ei să nu rămînă mai multă sau mai puțină vreme sub impresia ce le-o lasă. Cu atît mai mult prezintă interes evoluția afectiv-emoțională și comportamentală a copiilor și adolescenților care se formează în climatul unor astfel de trăiri ce se succed cu cadențe destul de ritmice în viața lor cotidiană. Există cercetători care susțin că influența fenomenelor de proiecție și empatie poate să lase urme adînci și de lungă durată asupra copiilor, în special asupra afectivității și conduitei lor.

Pentru unii copii și adolescenți, astfel de înrîuriri pot să rămînă doar la nivelul mimetismului; pentru alții ele pot să aibă un simplu efect cathartic; dar există și atîtea alte posibilități ca ele să se cumuleze și să întîrzie sau să împiedice formarea și stabilirea unui echilibru sufleteș, sau să-l tulbure pe cel existent, să contribuie la o adevărată degradare a vieții afective, a sentimentelor. Mulți aduc critici aspre unor comunicații de masă, în special cinematografului, în sensul că ar

provoca în rândurile unor copii, a celor mai emotivi, anumite reacții afective necontrolate, anumite stări negative, de anxietate, de depresiune sufletească; că ar genera o teamă difuză, că ar accentua sentimentul de nesiguranță, de neliniște, de grijă, de dezorientare etc. La asemenea copii s-ar putea observa tendințe mai vădite de a exagera dificultățile pe care le întâmpină, de a născoci primejdii iminente etc.

Este incontestabil apoi că televiziunea, cinematograful, radioul, presa etc. introduc treptat copiii, mai repede decât în trecut, în problemele grave ale vieții umane și sociale. Ei devin de timpuriu martori și părtași la cele mai diferite și palpitante confruntări dramatice, evenimente și fapte ce se petrec în ambianța social-umană, în întreaga lume; în fața lor sînt dezvăluite și sînt chemați să asiste la conflicte social-politice, la războaie, întîmplări teribile, fapte din intimitatea diferitelor personaje etc., suscitîndu-le trăiri emoționante foarte diferite în jurul receptării lor. Problema este dacă nu cumva atunci cînd copiii și adolescenții sînt puși în mod brutal față în față cu mentalitatea adultă, cu filme, emisiuni de televiziune, reviste etc. care nu întotdeauna corespund nivelului de dezvoltare a vieții lor lăuntrice, ei nu ar putea să devină treptat niște afectivi prematuri, lipsiți, de fapt, de sensibilitatea care ar trebui să-i caracterizeze la vîrsta respectivă. Iată de ce din punct de vedere educativ este foarte important să mijlocim copiilor și adolescenților, ca și tinerilor, un contact doar cu asemenea conținuturi audio-vizuale — în special filme — care pot să ofere o experiență emoțională de așa natură încît să le sugereze acestora mai mult echilibru în existența lor, mai multă securitate. Evident, este nevoie să protejăm copilul împotriva acelor mesaje care ar putea să-i fie dăunătoare; să-l ferim de unele realități reflectate pe ecran. Acesta este un punct de vedere. Dar mulți se întreabă, în același timp, dacă putem totuși izola copilul într-o seră artificială, ținîndu-l în afara pulsului autentic al vieții, al epocii sale? După opinia lui Francis Legrand (director al întîlnirilor internaționale „Film și tineret” de la Cannes), deosebirea care se face între mentalitatea copilului și cea a adultului este relativ falsă și nu ar trebui să-i răpim copilului dreptul de a vedea pe ecran imaginile vieții reale și ale problemelor pe care aceasta le pune. Păre-

rile vor rămîne, probabil, încă foarte multă vreme împărțite. Cert este însă faptul că televiziunea, radioul, cinematograful, presa, discurile etc. sînt mijloace excelente de trăire și cultivare a sensibilității copiilor, a adolescenților și tinerilor; mai ales cinematograful, cea de-a șaptea artă, poate fi socotit ca o „sursă de trezire și orientare a evoluției afective” (103). De aceea, ca educatori, va trebui întotdeauna să introducem un discernămint critic în orientarea acestui public atît de numeros și în plin proces de formare, spre contactul numai cu acele valori care într-o formă mai mult sau mai puțin subtilă urmăresc să afirme o idee educativă adecvată cerințelor noastre de viață și etică socialistă.

În mod firesc, solicitarea și participarea afectiv-emoționată a copilului sau adolescentului pot avea loc pe planul unui foarte larg registru de excitații, de trăiri, de la emoții mai elementare, mai puțin elevate, pînă la cele superioare, artistice. Din acest punct de vedere, *contactul cît mai frecvent și mai intens cu arta, cu valori care exprimă o autentică și înălțătoare sensibilitate umană, rămîne modalitatea cea mai eficientă de a provoca trăirea unor adînci satisfacții estetice, de a cultiva sensibilitatea tineretului.* Și într-adevăr, în acest domeniu, comunicațiile de masă, deși recurg de obicei la îmbinarea esteticului cu distractivul și recreativul, pot să realizeze foarte multe.

Ocupînd un loc crescînd în difuzarea artei, tehnicile moderne audio-vizuale facilitează accesul tineretului de toate vîrstele la cunoașterea și înțelegerea celor mai prețioase opere artistice ale patrimoniului cultural național și universal. Prin aceasta mass-media pot să-și aducă o contribuție efectivă la dezvoltarea și întregirea educației estetice a copiilor și adolescenților, a întregului nostru tineret.

Nedespărțită de căutarea adevărului și năzuința de bine, de aspirația spre o conduită elevată, trăirea estetică a copilului, a omului în devenire, găsește în conținuturile audio-vizuale de autentică valoare artistică, nespuse de multe prilejuri de vibrație și exaltare, de convingere și îmbogățire interioară. Ele deschid copilăriei și mai ales adolescenței drum spre frumusețile artei cinematografice și ale atîtor alte opere de artă transpuse în limbajul audio-vizual (muzicale, literare, teatrale,

coregrafice, plastice etc.), permit dezvoltarea sublimului, a comicului sau a tragicului etc. De asemenea, prin complexitatea ei, imaginea audio-vizuală reușește să transfigureze realitatea înaintea tinerilor spectatori, să o facă mai fascinantă, mai empatică, ajutându-i pe copii să descopere atâtea și atâtea frumuseți ale naturii și ale vieții sociale, ale rațiunii și acțiunii umane. Atât articolele de reflecție și textele poetice ilustrate din reviste și ziare, cit și calitatea fotografiilor în negru și alb care preferă să se oprească asupra umanismului expresiilor și feței obrazului decît să caute senzaționalul, ca și mișcarea și culoarea de pe peliculă, sunetul și muzica ce le însoțesc, ori reproducerea de pe discuri și benzi de magnetofon sau transmisiile în direct radio-televizate ale unor manifestări culturale artistice și sociale etc., toate se străduiesc să ajute la descoperirea frumuseții sub multitudinea formelor ei de manifestare (92). Prin modalitățile lor de expresie, variatele conținuturi mass-media asigură „transportul” optim al mesajului de la obiect la contemplator, predîndu-i acestuia nu numai informația semantică (transcriptibilă), ci și pe cea estetică (netranscriptibilă, dar transportabilă). Tocmai în transpunerea originală a acestei informații estetice, filmul, emisiunea de televiziune și de radio etc. fac posibilă nu numai transmiterea conținutului, ci și trăirea și asimilarea lui, își dovedesc puterea lor de înfrîurire estetică. Ele „...facilitează intensificarea procesului reproducției artistice în contemplator, „continuarea”, „întregirea” obiectului de către fantezia, sensibilitatea și meditația contemplatorului, îl ajută să pătrundă în „subtextul” creației...” (48). În sufletul copilului, al adolescentului, mesajul estetic purtat de conținuturile audio-vizuale provoacă un sentiment de satisfacție, de înfrîurire înălțătoare; cultivă nevoia de frumos și frumusețea limbajului de imagini și sunete, adîncește sensibilitatea, cultivă și orientează gusturile și interesele pentru frumos, influențează dezvoltarea fanteziei, entuziasmează pentru ceea ce este frumos și înălțător. De cîte ori în răspunsurile de motivație obținute de la elevi nu găsim exprimată admirația lor pentru „un apus de soare”, „un peisaj extraordinar”, „o melodie excepțională” sau pentru „un joc de scenă”, „o interpretare magistrală”, „frumusețea unei replici” ori pentru „noblețea unui gest, a unui fapt, a unui act” etc.

întîlnite în vreun film sau altul? Acționînd prin forma lor artistică specială, conținuturile mass-media cultivă nevoia unui contact mai des cu frumosul din artă, dezvoltă capacitatea copilului de a tresări în fața frumosului, ajută la dezvoltarea unei judecăți artistice obiective, educă acel sentiment realist al frumosului. Firește, aceasta obligă pe creatorii de emisiuni de televiziune, de filme pentru vîrstele sub-adulte, de emisiuni de radio, pe redactorii de reviste și ziare destinate tineretului școlar etc. să confere acestora o valoare cu adevărat de înaltă ținută artistică, încît ele să fie pătrunse de profunde semnificații și sensuri umane, de subtilitate și vibrație sufletească. Altfel, în loc să sporească valoarea lor educativă, există riscul să înșele „foamea estetică” a marelui public juvenil, să corupă gusturile, să sacrifice emoțiile de mare finețe — emoțiilor de șoc, dragostea — erotismului, verosimilitatea — „suspense”-ului etc.

D. Influențe asupra comportamentului social-moral al copilului și adolescentului

Observăm la copii și adolescenți nu numai un mod de a gîndi și de a simți, ci și unul de a se purta, de a acționa, care își are originea în aceeași influență a conținuturilor pe care le difuzează cinematograful, televiziunea, revista sau cartea ieftină, de masă etc. Mai bine-zis, putem constata că înfrîuririle multiple pe care mass-media le exercită asupra intelectului și vieții afective își prelungesc efectele și asupra laturii volitive a vieții sufletești a școlarului, asupra comportamentului lui social-moral în diversitatea formelor sale de manifestare și în diferite împrejurări, în familie, în școală, în societate etc.

Impresiile generate de diferite filme, emisiuni de televiziune și radio, lecturi etc. continuă adeseori să-și mențină prezența și să fie active și pe planul conduitei, provocînd nu de puține ori serioase mutații în comportamentul școlarilor, cu profunde semnificații de ordin psihosocial și etic.

Datorită faptului că noile tehnici audio-vizuale se adresează în primul rînd văzului, „simț” a cărui influență asupra comportării noastre întrece cu mult influența celorlalte organe de

simț" (43, p. 313), ele pot să promoveze în viața tineretului școlar un comportament corect, civilizat, de înaltă distincție social-morală sau dimpotrivă, unul deficitar și dăunător atât individului cât și colectivității; pot să promoveze idealuri și virtuți elevate sau dimpotrivă, și în consecință să submineze bazele moral-sociale necesare unei vieți normale.

Valorile sau non-valorile etice și sociale (civice) materializate în expresia artistică cinematografică, transpuse în expresia imaginii și cuvintului specifică televiziunii, ori redată în expresia literară la care recurg ziarele, revistele și cărțile, devin pentru un mare număr de copii, adolescenți sau tineri, adevărate exemple sau modele, pozitive sau negative, de conduită, de ținută morală umană, pe care ei tind să le urmeze într-un fel sau altul, să-și extragă îndreptare pentru propria lor comportare și viață. Asemenea modele, cînd sînt însoțite de o anumită înțelepciune (filozofie) a vieții pe care o propun, au o mare putere de sugestie, pun la încercare voința și dorința elevilor de explorare. Ele sugerează soluții la numeroasele probleme care-i preocupă și frămîntă pe copii, atîta vreme cît eroii sau eroinele, personajele, ideile și sentimentele exprimate personifică aspirațiile și visurile lor; atîta vreme cît ei manifestă o anumită afinitate față de ceea ce înfățișează și comunică ecranul, emisiunea ori slova tipărită. În aceste modele copilul se vede și se regăsește pe sine însuși și pe ai săi — într-o varietate și diversitate proprie copilului de pretutindeni. Copiii își confruntă astfel propriile acțiuni și acte, gîndurile și sentimentele lor personale cu acelea ale celor pe care-i adoră și îi idolatrizează, fie de o seamă cu ei, fie de alte vârste. Cînd cunosc pe alții, ei se cunosc pe ei înșiși; reușesc mai ușor să descifreze propriul ego prin alter-ego; să exploreze lumea lăuntrică a umanului și prin aceasta propria lor lume lăuntrică; să descifreze ascunzîșurile sufletului oamenilor și prin aceasta pe ale lor proprii. Nu întîmplător copiilor, cel puțin pînă la o anumită vîrstă, le plac emisiuni realizate prin ei înșiși, prin copii de o seamă cu ei, căci prin aceștia sînt ei înșiși prezenți. Sînt aspecte care au un rol excepțional de mare în formarea social-morală a personalității lor.

Dar copiii și în special adolescenții simt nevoia de a vedea amestecîndu-se în viața lor și modele care o depășesc (René

Hubert), după V. Crețu (31, p. 180). Așa după cum am lăsat să se întrevadă, și în subcapitolul anterior, dispozițiile, stările emoționale, sentimentele posibile care determină atitudinile de acceptare sau respingere, de adeziune sau aversiune a auditorului față de configurația acestor modele prezentate pe ecran, orientează comportamentul elevilor, propulsează la acțiune, ori dimpotrivă îi rețin, îi frînează; măresc sau micșorează potențialul energetic al organismului. Copiii suportă și exteriorizează influențele modelelor pozitive ori negative pe care cinematograful, televiziunea, radioul, presa etc., le multiplică în fiecare zi într-un registru de forme cuprinse între extremitățile unui simplu mimetism (simpla imitare a ceea ce se petrece pe ecran), pînă la transformarea propriei conduite, a adopției unor noi forme de acțiune, bazată pe modificarea atitudinilor și a intențiilor ce dirijează comportamentul ori întreaga viață socială (G. Cohen-Séat, după Tudor Gherman, 69). Fără să revenim la fenomenul deja explicat al identificării, trebuie să ținem, totuși, seama că imitația „... influențată de cinematograful și lectură, se caracterizează, la copil și adolescent, prin simplitate și franchețe, precum și printr-o violentă exteriorizare... imitare care poate să fie sporadică sau sistematică. Această tendință se diminuează sau se transformă odată cu vîrsta” precizează J. Giraud (citată după J. Dumazedier, 51).

Considerînd modelele ca ceva ce se impune și se cere a fi imitat, ca scheme care permit anticiparea comportării altora, cu menirea de a deveni îndreptare (ghid) pentru alții, putem afirma că mesajele audio-vizuale, îndeosebi filmele, dețin atît prin conținutul cît și prin mijloacele lor de expresie, apanajul prezentării unor modele de eroi, comportări și atitudini care în experiența de toate zilele nu apar atît de evident în conduite și acte vizibile și direct imitabile.

Cinematograful, mai ales, ca artă prin excelență comportamentistă, demonstrează, cu multă finețe și subtilitate, menținîndu-se, totuși, în forma sui-generis a distractivului, a divertismentului sau a evadării din cotidian, modul cum se exteriorizează idei și gînduri, sentimente și atitudini umane, întruchiparea lor în gesturi și acte. Mesajele audio-vizuale transmise prin aceste procedee au darul de a decupa instantanee ale vieții intime, individuale ori sociale, pe care le impun apoi ca su-

biecte de fine analize, de profunde meditații, tinerilor spectatori. Ele sînt veritabile „extrase” ale vieții, documente social-morale în contextul cărora tinerii școlari pot regăsi atîtea și atîtea probleme și frământări care caracterizează o civilizație, o societate, o epocă sau pur și simplu oglindesc aspecte semnificative ale vieții cotidiene. Diferitele filme, emisiuni de televiziune etc., pot să pună o problemă morală într-o manieră atrăgătoare și concretă, pot să materializeze noțiuni, idei și sentimente umane, personalități și caractere, prejudecăți, opțiuni, conflicte și moduri de rezolvare a unor situații de viață, marile și micile evenimente care constituie viața reală, să întreprindă sondarea sufletului omenesc și investigarea profundelor procese ale vremii noastre (31), permițînd astfel copiilor să redescopere anumite realități morale și spirituale, nu abstracte sau într-o formă teoretică, ci tocmai plecînd de la oameni și mediul lor. Din acest concret, spune Aegle Henry, se vor degaja încet, încet, anumite adevăruri care se vor apropia de corespondentul viziunii despre lume a celui care a creat aceste mesaje. „Multe din monumentele artei cinematografice dezvoltă în maniera cea mai realistă și direct accesibilă idei, o morală înaintată, un ideal, propun modele de relații sociale conforme cu esența mediului educativ socialist... Numeroși eroi înfrunghiează sensibilitatea, sinceritatea și receptivitatea față de tot ceea ce este înaintat, generos, uman” (31, p. 180). Nenumărate filme, emisiuni de televiziune și radio, pagini din ziare și reviste scot în relief patrimoniul moral al unor configurații social-istorice. O serie de filme istorice, cum sînt „Dacii”, „Columna”, „Mihai Viteazul”, prezintă momente hotărîtoare pentru ființarea ca popor a strămoșilor noștri, subliniază trăsături ale poporului nostru care au străbătut veacurile și i-au ajutat să supraviețuiască: dragostea de libertate și dreptate, demnitate, tărie morală în fața problemelor vieții ca și în fața morții (31). În mod asemănător, filmele inspirate din actualitatea vieții și luptei poporului nostru pentru edificarea socialismului în patria noastră, ori din viața și realizările altor popoare care luptă pentru cele mai înalte idealuri de progres social și pace, libertate și democrație (jurnale de actualități, documentare, emisiuni speciale consacrate acestor teme etc.) vorbesc despre valoarea și frumusețea muncii constructive,

convîng despre noblețea și sensul uman al muncii fizice; fac elogiul celor mai înalte însușiri morale și trăsături de caracter (cîntecul, omenia, dreptatea, curajul, eroismul), sădesc în rîndurile tineretului atitudinea de prețuire a muncii și a făuritorilor de bunuri materiale, spiritul de răspundere; pot cristaliza opțiuni.

Sînt tot mai frecvent căutate de tineret acele filme, emisiuni, pagini de reviste etc. care evocă viața și activitatea unor personalități de seamă, luptători pentru idei înaintate, gînditori revoluționari, luptători pentru progresul social și național, care oferă imaginea unor eroi pozitivi, exemple vii de conduită în viață, în colectivitate, în familie, la locul de muncă etc. Forța de sugestie și puterea de convingere a unor asemenea exemple și modele de viață și de conduită, de înaltă ținută morală și de demnitate omenească în diferite împrejurări ale vieții, intervin activ în procesul de formare a conștiinței comuniste a elevilor, în elaborarea unor forme de comportare adecvate cerințelor societății noastre. Sînt apoi conținuturi care caută să fructifice la maximum forța de influențare a exemplului bun și cotidian.

Numeroase conținuturi și documente răspîndite în masă cu ajutorul noilor mijloace de comunicare au darul să înfățișeze însemnatele transformări social-economice, morale, politice care au avut loc în patria noastră, în efortul creator al construcției socialiste și să provoace, pe această cale, trăiri afective pozitive în legătură cu aceste realizări, un suport emoțional care să contribuie la formarea și întărirea convingerilor moral-cetățenești, la formarea și adîncirea sentimentelor de dragoste fierbinte față de patria socialistă, de dragoste și atașament pentru partidul comunist care a condus și conduce masele la strălucite victorii.

Prin exemplele ce le oferă, prin intuitivismul și marea putere de sugestie a unor astfel de conținuturi, ele devin adevărate lecții de umanism și patriotism socialist.

Este foarte interesant de observat că în cercetările noastre se evidențiază, cu pregnanță și în mod pozitiv, o motivație superioară pe care o aduc elevii în explicarea audienței de care se bucură în ochii lor mass-media. Așa după cum am mai arătat, ei merg la cinematograf, privesc la micul ecran, ascultă

radioul, citesc reviste și ziare din necesitatea de a-și satisface multe din dorințele lor legitime, între care năzuința firească „de a se forma ca oameni” care întrunesc la modul activ efortul de perfecționare, calitățile nobile de curaj, spirit de dreptate, cinste, sinceritate, prietenie, spirit de sacrificiu, devotament, curiozitate, inventivitate, spirit creator, perseverență în acțiune, eroism etc. calități pe care să le poată pune în slujba binelui, al patriei, al umanității.

Tocmai datorită acestor valențe se recunoaște comunicațiilor de masă o mare capacitate de modelare a conduitelor și a caracterelor, consecință, în ultima analiză, a contribuției pe care o aduc la lărgirea, precizarea și adîncirea unor noțiuni și judecăți morale, la întărirea unor convingeri și sentimente.

Se consideră că imitarea, care poate merge pînă la înriurirea profundă a formelor de comportare, prin modificarea celor existente și apariția altora noi, s-ar impune cu atît mai mult cu cît tinerii spectatori de film, telespectatori etc. au mai puțină experiență de trăire personală și o percepție încă superficială. Problemele devin cu atît mai delicate cu cît le raportăm la vîrsta adolescenței, deoarece, după părerea lui Cohen-Séat (cit. de St. Steriade — 130, p. 170) adolescentul se caracterizează prin tendința vie de a transpune totul în fapt. Or, pe ecran, sînt prezentate comportamente și situații ce aparțin în general adulților și care nu întotdeauna apar, ca „exemple de urmat”. „... Adolescentul poate copia fără să albe sentimentul că exemplul i se impune, putînd rămîne cu impresia că a ales el singur” (130, p. 170—171).

Nu este mai puțin adevărat că există și multe alte puncte de vedere opuse celor exprimate pînă aici. Astfel, unii văd mai mult efectele nocive care ar putea să rezulte de pe urma unui contact frecvent cu televiziunea și cinematograful. Dacă, de exemplu, Fr. Bartlett, referindu-se la cinematograful, admite doar existența unor influențe superficiale asupra comportamentului, care s-ar menține doar la nivelul mimetismului, al unei simple imitări trecătoare (după 67), alți cercetători apuseni consideră că mass-media ar duce la apariția unor fenomene de slăbire a voinței, de despersonalizare, în urma consumului pasiv, nediferențiat și la împlinire al diferitelor filme și emisiuni (după 43, p. 106). D. J. Boorstein (în „The image” —

1962) susține că acțiunea mass-media ar fi dăunătoare formației morale, deoarece ar duce la imitarea modelelor unor pseudo-personalități. Sînt chiar aspru criticate televiziunea și cinematograful că au creat o mitologie modernă, care se cheamă lumea idolilor, a vedetelor cîntecului, dansului, sportului etc. și că ar cultiva o idolatrie exagerată în acest sens. În mintea copiilor s-ar amesteca adeseori idolii istoriei, imaginile unor personalități de seamă, cu idolii actualității, lansați de micul sau marele ecran. Aceștia din urmă ar tinde, mai mult sau mai puțin, să înlocuiască modelele culturale și sociale autentice. Există astfel primejdia ca prin intermediul diverselor mass-media să fie ridicate în slavă anumite modele care pot să vină în contradicție cu valorile adevărate, care dezvăluie aspirațiile societății; să se creeze o discrepanță între scara culturală (modelele oferite) și scara aspirațiilor (a modelelor pe care societatea în general și le propune) (J. Cazeneuve). Acestea sînt fără îndoială cîteva probleme care pot fi luate în considerație, ținînd seama mai ales de specificul țărilor și al tineretului din țările la care se referă anumiți cercetători. Este foarte important, desigur, să cunoaștem: Ce modele de comportare apar pe ecran? În ce raport se află ele cu realitatea, cu viața practică, cu mediul social? Ce publică ele și în ce măsură acestea își găsesc un corespondent în realitatea vieții înconjurătoare? Nu de puține ori, în capitalism, una se publică, anumite modele se prezintă, iar în realitate lucrurile se petrec cu totul altfel. Această discrepanță are consecințe, desigur, nefaste, asupra vieții spirituale a copiilor și tinerilor. Copiii devin dezorientați, frustrați, cad în tensiuni cumplite, în angoase, în nesiguranță, protestează etc.

Copiii, tinerii „sînt extraordinar de sensibili la imagini și repetarea unora dintre ele, cînd sînt deosebit de traumatizante pentru imaginația lor, atrag după ele o răsturnare completă a ierarhiei valorilor morale” subliniază A. Todorovici (146, p. 231). Or, din punct de vedere social „... ceea ce importă nu este deci atît efectul direct al mass-mediilor, cum s-a crezut uneori, ci forma în care tinerii își reprezintă valorile sau modelele la care ei asociază diferitele valori” (23, p. 47). Probleme deosebite ridică apoi *happyend-ul*, adică acele filme care înfățișează fel de fel de vicii astfel încît la sfîrșit puritatea triumfă super-

ficial asupra viciilor. Sint atitea filme create în străinătate care sint presărate de la început și pînă la sfîrșit cu tot felul de atrocități, sadism, pornografie, crime și jafuri, dar eroul pozitiv iese învingător în cele din urmă și viața își urmează cursul ei normal... Sint, deci, filme în care primează principiul „totul se sfîrșește cu bine“, filme care se bazează pe sistemul valorii compensative. Firește, happyend-ul, în sine, nu este ceva dăunător, atîta vreme cît el derivă în mod normal din cursul faptelor și evenimentelor prezentate și aduce spectatorilor un sentiment de satisfacție, de optimism, de încredere în triumful binelui asupra răului. Dar cu totul alta este valoarea lui în filmele create în mod expres în concepția unui happyend impus prin artificii și urmărind alte scopuri decît cele educativ-culturale, umanizante.

În fine, există și alte aspecte care ridică semne de întrebare. Am arătat, de exemplu, în prima parte a lucrării că se aduc numeroase critici comunicațiilor de masă și pentru faptul că ar cultiva un anumit conformism social (Lazarsfeld, Merton) că, ar duce în mod inevitabil la omogenizarea, stereotipizarea sau standardizarea comportamentelor, consecințe de care nu ar fi deloc scutiți nici copiii și nici adolescenții. Opiniile amintite vin însă adeseori în contradicție cu datele cercetărilor. J. Hassenforder, de exemplu, pornind de la rezultatele unei anchete mai largi asupra timpului liber al copiilor și tineretului, conchide că „... se poate spune că nu există în societatea actuală tendințe către o omogenizare a comportamentelor“ (55).

Nu numai formația morală, dar și cea *socială* a copilului se face acum pe alte căi decît cele urmate pînă în prezent sau mai bine-zis, la cele tradiționale se adaugă noi posibilități de modelare a opiniilor și comportărilor sale sociale.

Problema principală este, și de data aceasta, de a ști dacă mass-media facilitează efortul integrării sociale a noilor generații sau, dimpotrivă, creează sau adîncesc o prăpastie între ele și societate. Adolescenții pot găsi oare în lumea conținuturilor difuzate de diversele mass-media motive de aderare la societate sau din contră, de desolidarizare de aceasta? De conformism sau mai degrabă de nonconformism față de valorile pe care le apără și le promovează societatea? O serie de date, deduse din studiul empiric sau științific al realității, ne

dau posibilitatea, așa cum remarcă G. Cohen-Séat referindu-se la fenomenul cinematografic (după 69), să admitem prin extensiune că întreaga viață socială a individului este afectată de pe urma influențelor exercitate de mass-media.

O anumită precocitate este posibil să apară și din acest punct de vedere la copii, deoarece un contact sistematic al copilului cu mesaje audio-vizuale tinde să-i introducă, pe nesimțite, în problematica vieții sociale și politice a contemporaneității. El este introdus de timpuriu, puțin câte puțin, în lumea socială, politică, a adulților într-o formă și într-un ritm care nu era atît de ușor de realizat altădată. Copiii, adolescenții și părinții au astfel o lume comună care-i apropie și din acest punct de vedere (137).

Mass-media vin, astfel, să satisfacă în mai mare măsură interesul pe care tineretul școlar îl manifestă pentru cunoașterea marilor probleme cu care se găsesc confruntate societățile contemporane. Din analiza preferințelor exprimate de eșantionul de elevi supus cercetărilor noastre reiese cu claritate interesul lor viu, cel puțin de la anumite vîrste, pentru cunoașterea celor mai variate știri și noutăți despre evenimentele curente (sociale, politice, economice, culturale etc.) interne și internaționale. Or, din acest punct de vedere nu există alte mijloace mai prompte și mai eficace decît comunicațiile moderne de masă, tehnicile audio-vizuale îndeosebi, care să redea cu mai multă *autenticitate* evoluția vieții social-politice contemporane, desfășurarea faptelor și a evenimentelor din viața cotidiană a țării sau de pe alte meridiane ale globului pămîntesc, inclusiv evenimentele istorice; ele surprind nenumărate date în legătură cu repercusiunile acestor evenimente asupra destinului individual cît și asupra națiunilor, a popoarelor, a societății sau a umanității în ansamblul ei, contribuind la conștientizarea lor de către elevi. Mass-media vorbesc despre evenimentele importante a căror origine ei încă nu o cunosc sau care sint în curs de desfășurare: lupta de eliberare pe care o duc popoarele din Vietnam, Laos, Cambodgia; problemele rasiale din Africa de Sud; confruntările din Orientul apropiat; aspectele social-politice și economice ale celei de „a treia“ lumi; spectrele foamei în unele părți ale lumii etc. În felul acesta, prin intermediul mesajelor moderne audio-vizuale este *cultivată sensibilitatea* tineretului

școlar la lupta, suferințele și năzuințele altor popoare; el e ajutat să vadă și să înțeleagă istoria problemei, tezele prezentului în legătură cu unele fapte și evenimente, oferindu-i-se posibilități mai bune ca să-și formeze o opinie proprie; este stimulat interesul său pentru evenimente, probleme, realizări, acțiuni etc. dintre care cel puțin o mare parte i-ar fi rămas cu desăvîrșire necunoscute fără acest mediator (28). Un asemenea contact, deși mijlocit, totuși, într-o oarecare măsură mai direct cu viața socială, facilitează copilului ancorarea lui în ambianța vieții și realității contemporane, îi dă sentimentul de „coparticipare” intuitivă la conținuturile comunicate. Mass-media stîrnesc într-o foarte mare măsură dorința copiilor de a participa la experiențe sociale mai vaste (135), îi angajează puternic pe plan uman, social; ei participă astfel mult mai mult la viața politică, pot să angajeze discuții pe aceste subiecte cu cercul familial, cu prietenii, cu alte persoane. Este încă un prilej care poate să contribuie la modelarea în sens pozitiv (fără să excludem nici pe cel negativ) a comportărilor sociale ale tineretului, deoarece mass-media influențează puternic, direct sau indirect, formarea conștiinței sociale, a conștiinței civice; contribuie la cultivarea unor concepții științifice despre viață pe măsura epocii noastre; favorizează dezvoltarea spiritului social, a reflecției critice colective, a opiniei publice; participă activ la modificarea atitudinilor, la modelarea lor, la încurajarea originalității și inventivității în sfera activității sociale, la pregătirea ideologică-politică a tineretului.

Există, apoi, atîtea emisiuni speciale de televiziune și radio, filme, rubrici în paginile revistelor și ziarelor, afișe etc. de orientare profesională asupra meseriilor și perspectivelor pe care acestea le deschid pentru viitorii absolvenți ai școlii, ca și alte multe conținuturi vehiculate sub această formă cu caracter prospectiv, care-i îndrumă să se pregătească pentru a trăi în universul de mîine, făcîndu-i conștienți de valoarea pregătirii lor personale, de locul și rolul pe care urmează să-l joace ei în viața socială de mai tîrziu (90).

Toate acestea ne îndreptătesc să afirmăm că mass-media, privite în contextul vieții noastre socialiste, mijlocesc contactul dintre tineretul școlar și societate, ajută pregătirea tineretului pentru ziua de mîine, facilitează efortul integrării sociale a

individului, a viitorului absolvent de școală (14, p. 80). Există posibilitatea unor efecte ale acțiunii mass-media — spune H. Culea — „în sensul integrării social-culturale a auditorului, mai cu seamă prin înlesnirea capacității sale de deprindere a unor roluri civice, familiale, culturale” (39, p. 71), întărind sentimentul responsabilității sociale, sentimentul dăruirii, trebuința comunicării, cultivînd aspirații, idealuri, năzuințe de slujire a cauzei construcției socialiste, dorința de a se face folositori societății etc.

Extinzînd și la alte comunicații de masă opiniile lui Walter Tröger despre film (149), putem susține că acestea au devenit mijloace care ușurează orientarea în viață, care reușesc să conducă tineretul spre viața oamenilor maturi, să contribuie cu eficacitate la sociabilizarea psihologică și sociologică a succesiunii generațiilor. Multe din observațiile cadrelor didactice cu care am avut convorbiri întăresc aceste păreri.

Evident, nici în această privință nu lipsesc opiniile diametral opuse. Unele dintre ele susțin că există riscul ca această informație răspîdită prin intermediul comunicațiilor de masă să constituie — așa cum am mai amintit —, o veritabilă „supra-realitate” care creînd o lume fictivă, ar putea să contribuie mai degrabă la adormirea conștiinței social-politice. La fel se afirmă că tendința de universalizare, de apropiere a individului de dimensiunile universalității prin participarea lui la evenimentele ce se desfășoară pretutindeni, ar implica pericolul diminuării interrelațiilor de grup, a raporturilor interumane directe (28, p. 720). Jean Rousselet recunoaște de asemenea că unii copii „decepționați de a descoperi odată cu vîrsta o lume foarte diferită de cea prezentă pe ecrane, se răzvrătesc și caută să prelungească în viața de fiecare zi ficțiunile cu care au fost obișnuiți. Refuzînd să se integreze în societate, ei se străduiesc s-o modeleze după imaginea care li s-a arătat și, în mod inevitabil, intră în conflict cu toți cei care nu împărtășesc vederile lor romantice” (120, p. 232). Am întîlnit și noi, în cadrul cercetărilor efectuate, părinți și profesori care au sesizat faptul că uneori mass-media generează tensiuni, controverse, stări conflictuale între adolescenți și părinți, cei tineri căutînd să adopte atitudini care contravin unor concepții, mentalități sau practici încetățenite în viața unor familii.

Dar acestea capătă mai degrabă aspectul unei confruntări dintre nou și vechi și ele vin să înlesnească o integrare socială, cu excepția acelor ieșiri ale unor tineri izvorite din motive de superficialitate, din dorința de a duce o viață ușuratică, lipsită de efort și de muncă.

Mulți dintre cei preocupați de problemele tineretului sînt înclinați să lege acțiunea comunicațiilor de masă și de o anumită deteriorare morală a vieții sociale care s-ar face din ce în ce mai mult resimțită în anumite țări. Ei aduc în atenție o serie de acte antimorale și antisociale la care ar fi incitați copiii, adolescenții și tinerii. Se au în vedere mai ales acele manifestări de conduită, care prin însăși evoluția lor, de la o anumită vîrstă, se pot impune cu mai multă acuitate în viața acestora. Astfel, sînt criticate comunicațiile de masă pe motivul că ar contribui la *exaltarea erotismului și la accentuarea sexualității, că ar stimula violența și s-ar face vinovate de creșterea delincvenței minore și chiar a criminalității juvenile, ori de încurajarea toxicomaniei*. Pur și simplu, mass-media sînt făcute răspunzătoare nemijlocite de corupția și decăderea morală a unei părți a tineretului de astăzi.

Deși pînă la ora actuală sînt mult prea restrinse cercetările care să fi studiat influența reală a comunicațiilor de masă asupra comportamentului tineretului în aspectele vizate, deși nu există suficiente date și argumente care să confirme sau să infirme asemenea ipoteze, temeri și opinii, totuși, nu putem face abstracție de numeroasele semne de îngrijorare care sînt exprimate pe plan mondial în această privință. Problema eventualei accentuări a sexualității și a violenței în rîndurile tineretului, agravată de prezența noilor „medii“, a dat de gîndit multor foruri. Însăși UNESCO a organizat unele conferințe internaționale pe această temă.

Opiniile rămîn, totuși, foarte controversate și dintr-un alt unghi de vedere. Întrebarea care se pune este: oare pot fi făcute mass-media răspunzătoare în mod exclusiv de asemenea tendințe, atîta vreme cît admitem că acțiunea lor este corelată și condiționată de o serie de alți factori? Se poate arunca vina absolut numai asupra televiziunii, a cinematografului, a presei etc. atîta vreme cît și alți factori sociali sînt și ei determinanți în apariția unor fenomene de acest gen? Am arătat în

primul capitol că întregul context social-moral, politic și cultural în care acționează mass-media, întregul ansamblu de condiții care privesc existența și organizarea vieții și activității tineretului dintr-o țară sau alta, poartă răspunderea asupra manifestărilor acestuia. De aceea, chestiunea influențelor și a consecințelor generate de mass-media se pune diferențiat. Ceea ce este valabil într-o țară, nu este aplicabil pentru altă țară. Se impune, deci, să facem o distincție de la bun început între situația existentă în anumite țări capitaliste unde filmele, programele de televiziune și radio, o anumită categorie de reviste și cărți de mare tiraj (de buzunar) etc. urmărind cu înțietate scopuri comerciale și mai ales căutînd să inoculeze concepțiile și moravurile lumii burgheze, abundă într-o sumedenie de scene de erotism și de sexualitate, de bătaie, hoții și crime care merg uneori pînă acolo încît promovează fătîș pornografia, perversitatea, violul (hipersexualizarea mediului), exaltă brutalitatea, sadismul, violența etc., și realitatea pe care o găsim în alte țări, cum sînt cele socialiste, unde cu totul altele sînt concepțiile și criteriile de selectare și difuzare a conținuturilor specifice diverselor mass-media, ca și condițiile social-morale și de viață. La noi, funcția social-educativă a cinematografului, a televiziunii, a radioului, a presei etc. prevalează asupra oricăror alte considerente. În acele situații în care cinematograful, televiziunea, presa etc. sînt utilizate în mod intenționat ca să întretină un climat de descompunere morală, de vid etic, nu este de mirare că se constată cu frecvență apariția unor fenomene atît de îngrijorătoare, iar cele mai lucide personalități lansează strigăte de alarmă, uneori de îndreptățită disperare. Chiar dacă se iau anumite măsuri de protejare a copilăriei, totuși, în astfel de țări, expunerea copiilor și a adolescenților la influențele nocive ale „mediilor de masă“ rămîne un fapt de netăgăduit. Conștienți sau inconștienți, mulți copii și adolescenți se lasă înrîuriți de o etalare atît de frecventă și intensă a erotismului și violenței pe ecrane.

Firește, nu am putea spune că, cu toată severitatea măsurilor privitoare la pătrunderea unor categorii de filme nocive în țara noastră (ca și în alte țări), la care se adaugă și alte interdicții de vizionare pentru copii a unor filme potrivite numai pentru publicul adult, ar fi exclusă la noi posibilitatea unor influențe

dăunătoare asupra unor copii, adolescenți sau tineri. Este bine știut că tineretul școlar nu vine în contact numai cu filme, emisiuni de televiziune, reviste, cărți etc. destinate lor; el nu poate să fie ferit de influența celor care se adresează persoanelor mai în vârstă și care de obicei exercită o putere de atracție deosebită pentru copii și adolescenți. La toate acestea se adaugă apoi o serie de variabile care țin de psihologia vîrstelor și chiar a individualității, a persoanei, a unor cazuri particulare. Există riscul ca unii copii să nu rețină adevăratul sens al celor văzute și citite, să rămînă doar sub impresia unor scene erotice, de violență, să înțeleagă eronat unele fapte, acte etc. ceea ce poate să fie defavorabil formației lor morale (31). De asemenea, în fiecare societate există destui copii, adolescenți și tineri care prezintă anumite anomalii psihice, abateri de la dezvoltarea psihică normală, (porniri anarhice, inadaptați sociali, cu inclinații mai pronunțate spre brutalitate, spre acte de violență etc.). De aceea, este greu de precizat care variabile anume intervin mai mult în faza finală de săvîrșire a unor acte pe care le presupunem doar că s-ar afla sub imperiul acțiunii mass-media. Ca atare sînt aici de luat în seamă o serie de factori de corelare, o simplă analiză unilaterală, doar a conținuturilor difuzate de mass-media, nu este suficientă pentru a trage niște concluzii general valabile cu privire la relațiile cauză-efect, fără a se lua în considerație complexitatea întregii situații, toți factorii care concură la provocarea unor anumite reacții.

Oricum însă, pericolul cel mai grav, în asemenea situații, după cum afirmă B. Taufour, îl reprezintă poate nu atît excitația și declanșarea reacțiilor în sine, ci atrofierea reflexelor morale, consecințele de ordin social-moral ce decurg de pe urma unor asemenea acte (137, p. 332).

Să încercăm totuși să ne oprim mai pe îndelete asupra acestor aspecte.

Unii, între care vom aminti pe Edgar Morin, H. Blumer, Hauser etc., susțin ideea că mass-media, și în mod special filmul, pledează într-o manieră foarte sugestivă în favoarea erotismului, a necesității absolute a trăirilor erotice. În acest sens, scenele „de dragoste” din filme, modelele, exemplele etc. oferite pe ecrane, ar răspunde unei nevoi firești de dragoste, de căldură și de apropiere sufletească ce se resimte puternic în

viață și sînt cu deosebire exaltate de vîrsta adolescenței și a tinereții. Copiii, adolescenții și tinerii văd pe ecran atîtea și atîtea scene și comportamente legate direct de manifestarea sentimentelor de dragoste ale eroilor și personajelor și, încercînd acele subtile procese de identificare despre care aminteam în paginile subcapitolului precedent, ei cad cu ușurință în mrejele unor mimetisme practice; adică ei caută pur și simplu să imite ceea ce văd, și transferă în propriul lor comportament maniere, practici și obiceiuri sugerate de cele ce se petrec pe ecran. Este interesant de observat în acest sens că „primele anchete statistice de sociologie a cinematografului efectuate în 1930 de Herman Bluer (*Movies and Conduct*) au relevat că *love-making-ul* (felul de a face curte) al adolescenților era mimat după comportamentele respective din filme” (cf. St. Steriade, 130, p. 180). După opinia lui E. Morin și a altora vedetele înseși „întrețin asemenea modele nu numai prin rolurile jucate în filme, ci prin însăși existența, modul lor de viață, care de mult nu mai constituie un domeniu privat, ci este cunoscut cu zeci de amănunte reale și inventate” (idem, p. 180—181).

De la promovarea erotismului nu mai este decît un pas pînă la accentuarea sexualismului. Adolescenții — a căror percepție este de regulă superficială, așa cum am mai arătat — văd adesea în filme numai erotism, numai violență, care provoacă de cele mai multe ori și reacții nesănătoase. Pe baza unor investigații, Ruckmick și Dysinger au observat că la scenele puternic sugestive, adultul reacționează mai tare decît copilul, iar adolescentul mai tare decît adultul (după 71). Există astfel posibilitatea ca „adolescenții visători să se poată lăsa pătrunși încetul cu încetul, de imaginile de dragoste facile, schițînd în interior gesturi, jucînd emoțiile; adolescenții care dau dovadă de trîndăvie se îmbată ușor de ceea ce văd. Dar cinematograful este pentru cea mai mare parte dintre aceștia deținător și joc de imaginație, într-un cadru obscur care absoarbe atenția. Imaginea se impune, emoțiile sînt simple și puternice, rațiunea e adormită. Cinematograful nu este niciodată viață”, subliniază B. Taufour (137, p. 332). Este de presupus, astfel, că anumite scene sînt în stare să provoace „cea mai nefavorabilă impresie nu numai asupra conștiinței încă slabe a adolescenților, dar și

asupra comportării lor. Acest lucru este firesc: neavînd, suficientă experiență de viață și nici călire morală, minorii sînt mai mult decît alții vulnerabili la o influență nocivă... vizionarea filmelor cu o etică îndoielnică pentru minori aduce daune serioase educării tineretului" (81). Pot să devină semnificative în acest sens unele cercetări întreprinse cu cîțiva ani în urmă de H. Blumer și Ph. Hauser pe un eșantion de 252 delinvenți minore. Rezultatele au arătat că scenele erotice și sentimentale din filme au determinat 25% din fete să aibă raporturi sexuale cu bărbații; 45% vizitau cluburile și barurile de noapte „ca-n filme”; 30% încercau să ducă o viață asemănătoare cu cea a eroinelor din filme; 33% au fost îndemnate să fugă de acasă, iar 23% au comis delikte sexuale" (cf. 146, citind lucrarea lui A. Franchini și Fr. Intronio „Delinquenza minore”, Padova, 1961).

Este evident, arată J. Rousselet (120, p. 235), că pericolul devine îngrijorător nu atunci cînd adolescenții vin în contact doar întimplător, cu totul sporadic, cu astfel de scene de erotism și desfrîu, ci atunci cînd ei văd în mod frecvent spectacole de acest gen. Atunci, ei nu mai rămîn insensibili. Se produce acel fenomen de intoxicare în doze mici repetate, un efect prin cumulare. De aceeași părere este și G. Cruchon, care, pornind de la o comparație făcută de F. H. Shutteworth și M. A. May — 1933 — între copiii ce frecventează cinematograful cu regularitate și alții care nu merg decît rareori la film, probează că primii, deși aparțin aceluiași mediu social, au o ținută mai puțin morală, sînt mai puțin supuși și ascultători, mai preocupați de vedete, de dansatori, de cow-boy, de modă etc. (36). Tocmai aceasta explică severitatea unei interdicții pentru școlarii de anumite vîrste, de a viziona unele filme proiectate pe ecranele cinematografelor sau, în unele țări, chiar televizate.

În fine, se condamnă comunicațiile sociale de masă considerindu-le factorii răspunzători cu precădere pentru accentuarea violenței și a brutalității la copii (și sigur, și pe un plan social mai larg). Filmele mai ales, inclusiv serialele televizate, ar exalta mult prea mult acțiunea; ar abunda în scene de violență și ar propune prea multe soluții extralegale. Ele sînt învinuite că ar prezenta, adesea, scene de agresivitate, de bătaie,

de luptă, de crimă, de asasinat, de hoții și jafuri înarmate etc. într-un mod extrem de atractiv, de captivant, iar cei care le înfăptuiesc sînt înfățișați ca oameni plăcuți, simpatici, viteji, doritori de aventuri etc. creînd în jurul lor o adevărată aureolă. De aceea, se apreciază că filmele în care copiii văd dezlănțuite asemenea instincte primare, înțelese de ei ca modalități firești de rezolvare a problemelor, pot să joace un rol de declanșare a unor fenomene negative observate în comportarea lor.

Imaginile brutale din anumite filme de aventuri, western etc., care de obicei plac copiilor, îi animă, le provoacă adeseori o puternică supraexcitare, pot să-i incite la acte de violență, de agresivitate, la bătaie, la brutalitate, le pot sugera „vitejii” foarte imprudente etc.

Astăzi, copiii care beneficiază de televizor sînt puși în contact cu violența, cu brutalitatea, mult mai devreme decît înainte de a exista televiziunea, mult mai timpuriu decît alte generații care nu au putut dispune în anii copilăriei de acest mijloc de comunicare. Violența, desigur, nu e conținută în televizor, luat ca mijloc, ca aparatură, ci în documentul brut. Și, de ce să nu recunoaștem, efectele unei asemenea înriuriri precoce au fost sesizate ca existînd într-o vreme, într-o oarecare măsură și la noi (vezi opiniile cadrelor didactice, subcapitolul 1).

Violența în ficțiune se transpune, astfel, cu ușurință în acte reale de violență. Tocmai de aici provin marile neajunsuri. Răul cel mai mare, subliniază J. Cazeneuve, nu constă în aceea că se arată scene de violență, ci că se creează acel amestec între fictiv și real care duce la confuzie mentală și morală pentru copil, la dificultatea de a separa fictivul de real (23). Or, și cinematograful, și televiziunea creează și prezintă prin excelență acest amestec de fictiv și real.

Mai dureros poate fi faptul că prezentarea cu prea mare regularitate a violenței în filme și pe ecrane, ori în reviste și cărți, îi poate obișnui pe copii cu însăși ideea de violență, creîndu-le tendința de a rămîne indiferenți la suferințele altora. Și „adevărata semnificație a indiferenței față de violență, atît violența în fapt, cit și violența în ficțiune, este devalorizarea ideii de umanitate” precizează psihiatrul american de mare reputație Frederic Wertham, pentru care o reducere a violenței în cu-

prinsul mesajelor difuzate de mass-media s-ar impune în prezent ca o necesitate socială (31, p. 184). Încurajarea violenței la copii ridică probleme deosebite pentru activitatea educațională în general, care trebuie să intervină, să înăbușe ori să corecteze astfel de manifestări sau de tendințe dăunătoare formației spirituale a copiilor. Este adevărat însă că asemenea reacții — de violență — nu pot fi explicate ca fiind despărțite de fondul emoțional și temperamental al individului, de dispozițiile momentului, de influențele mediului etc. ceea ce complică, evident, sarcinile educației.

Referindu-ne și la un caz și la celălalt, vom putea constata că mulți psihologi, sociologi ori pedagogi încearcă să explice ecoul asupra psihologiei juvenile, al filmelor, al programelor de televiziune, al revistelor, al cărților etc. care fac apologia erotismului și a violenței, pornind de la presupunerea că însuși copilul și adolescentul ar fi predispuși la atari consecințe. Copiii și adolescenții mai cu seamă ar avea înclinare spre erotism, spre sexualism, ca și spre violență (unii chiar afirmă că viața adolescenților și a tinerilor ar fi dominată de faptul sexual).

Cei mai mulți și cei mai competenți recunosc însă că adeseori originea agresivității și a imoralității, în general, la copii, trebuie căutată mai întâi de toate în raporturile lor personale cu părinții, cu familia, cu grupurile din care fac parte, cu societatea în ansamblul ei. Aceștia ar fi deci, factorii care ar pune problemele; mass-media ar veni doar să le întărească, să le dea mai multă extindere, prin difuzarea informării, prin oferirea diferitelor modele și prin canalizarea în diferite direcții, sugerind imitarea soluțiilor încercate de alții în alte părți (30).

Se cunosc situații, în unele țări capitaliste, când anumite filme televizate sau proiectate au condus chiar la declanșarea unor reacții rasiste, deși până atunci copiii nu dădeau nici măcar un semn de astfel de manifestări. Cu alte cuvinte, incitația comunicațiilor de masă la acte reprobabile ar deveni eficace numai atunci când ea ar găsi un teren favorabil, la subiecții supuși și altor influențe care le pot crea stări de dezechilibru.

Avem de-a face, așadar, cu destule încercări care caută să diminueze răspunderea comunicațiilor de masă, dar care se opresc doar la suprafața problemei, fără a căuta să pătrundă în analiza mai profundă și a altor cauze asupra cărora am in-

sistat cu câteva pagini în urmă. Vorbind despre asemenea cauze în educația tineretului, o seamă de cercetători se fereșc să facă implicit și un aspru, dar meritat rechizitoriu mediului social în care copiii sînt nevoiți să suporte influențele nocive ale unora din comunicațiile de masă. Un exemplu grăitor de modul cum se pot asocia efectele sociale cu cele ale comunicațiilor de masă îl reprezintă fenomenul frustrației cunoscut din plin de unele categorii de tineri din țările capitaliste. Întreprinderile folosesc acolo orice mijloace ca să-și atragă cumpărători. Ca atare, ele recurg din plin la televiziune, cinematograf, radio, ziare, reviste etc. pentru a prezenta tineretului medii sociale diferite de ale lor, tentații materiale și de confort de toate genurile. Și în măsura în care mijloacele de informare pot încuraja în public speranțe imposibil de satisfăcut, ele întrețin un sentiment de insatisfacție, creează și amplifică un sentiment de frustrație, iar frustrația conduce în cele din urmă la violență. Pentru mulți tineri devine dificil să mai accepte cadrul în care se găsesc și mediul lor real de viață. Aceasta este și concluzia specialiștilor întruniți la 29 iunie — 7 iulie 1970 la Liège, sub egida UNESCO, în cadrul colocviului „Impactul violenței în mijloacele de informare” (Chronique de l'UNESCO, 1970, nr. 10). În asemenea condiții este greu, așadar, să se tragă concluzia că singure comunicațiile de masă sînt răspunzătoare de coruperea unei părți a tineretului.

Lucrurile capătă un aspect și mai grav atunci cînd comportamentele deviatorii amintite pînă aici pot să degenereze în *delincvență și criminalitate juvenilă*, fenomen care cunoaște o oarecare recrudescență astăzi în multe țări. Din acest punct de vedere se exprimă opinii după care cinematograful, televiziunea, un anumit gen de reviste și cărți nu ar fi deloc străine de înmulțirea unor astfel de manifestări și acte antisociale. De exemplu, Rolf Blehei, cercetător psihiatru din Columbia, comentînd rezultatele unei anchete, afirmă că „pentru tinerii și adolescenții care prezintă tulburări, televiziunea este o școală pregătitoare pentru delincvență” (cf. 30). Diferite studii sociologice consacrate influențelor „filmelor de groază”, ale „filmelor dure”, cu crime, gangsteri, spargerii, violuri etc., au pretenția de a dovedi că izvorul care alimentează delincvența juvenilă ar fi exclusiv asemenea producții cinematografice și o anumită lite-

ratură (romane de groază, reviste, comicsuri) care fac apologia crimei, a armelor de foc, a delictelor și care propagă în masă arta de a ucide etc. (cf. 146). O serie de date citate în revista „Cahiers pédagogiques”, nr. 69 din 1967, reluate din „Revue de science criminelle” (1964), arată că 22 din 100 de delinvenți investigați mergeau la cinematograful de 3 ori pe săptămână. Și dacă se compară curba statistică a delinvenților cu cea a frecventării cinematografului, se constată că ele merg mină în mină. Extinderea mijloacelor de comunicații de masă pare să meargă paralel cu creșterea criminalității juvenile (143, p. 60). J. Chazal, constată în anchetele sale că 31% din delictele juvenile s-au produs sub influența filmului. La fel și G. Robin apreciază influența nocivă a ecranului asupra delinvenților minori (cf. 146). În lucrarea sa „L'educazione contemporanea” (1969), cunoscutul pedagog italian Luigi Volpicelli, director al Institutului de pedagogie al Universității din Roma, relevă, de asemenea, câteva situații care vin să demonstreze influența nocivă a filmului. El citează cazul unui tânăr delinvenț de 17 ani asupra căruia, în momentul arestării, s-au găsit note despre un film polițist pe care intenționa să-l vizioneze de mai multe ori. Volpicelli îl citează apoi pe Jeudon, care în 1936 comunica exemplul unor tineri delinvenți francezi care susțineau că au comis crima respectivă pentru că așa „am văzut la cinema”. Se arată, apoi, că la Valencia, un grup de băieți după ce au văzut filmul „Misterele din New York” s-au constituit în bandă, începând să comită delict grave. În fine, după ce în Franța s-a reprezentat filmul „Poil de Carotte”, la puțină luni după aceasta s-au înregistrat 12 tentative de sinucidere. Efectul filmului, în care eroul principal încearcă să se sinucidă, a fost atât de puternic încât guvernul francez s-a văzut nevoit să intervină direct pentru a determina pe cinești să-i modifice partea finală (153). La acestea s-ar putea adăuga și multe alte date și cazuri ca argumente invocate de numeroși autori și oameni preocupați de soarta tineretului care susțin că există o legătură directă între amplificarea delinvenței și acțiunea cinematografului, a televiziunii, a unei anumite literaturi.

În opoziție cu aceste puncte de vedere există însă numeroase personalități care înclină să considere că explicația dată recrudescenței criminalității juvenile prin simpla creștere a frecven-

tării cinematografulor, a contactului cu televiziunea și cu alte medii moderne de comunicație este mult prea simplistă, deoarece nu se ține seama de toate celelalte influențe care concurează în mod indubitabil la accentuarea acestui fenomen. Ei susțin că cinematograful, televiziunea etc. nu sînt nici factorul primar și nici unicul care ar genera asemenea acte. Acțiunea lor s-ar grefa pe influența mult mai profundă a unor cauze generale și speciale, de ordin social. Astfel, R. König, continuind cercetările lui H. Blumer și Ph. Hauser, ajunge la concluzia că nu se poate stabili o legătură nemijlocită între vizionarea filmelor și deviațiile înregistrate în comportarea tinerilor anchetați. B. Fine consideră că prin lectură și film copiii învață cum să devină răi, dar ar fi greșit să numim aceasta drept cauză a răului, căci tendința și necesitatea pe care ei o resimt, de a fi răi este creată de mediul social. Healy susține că numai 10% din copiii delinvenți anchetați de el au recunoscut drept cauză directă filmul. Concluziile multor psihiatri sînt, de asemenea, foarte moderate în această privință, ei susținând că tinerii normali privesc cu un fel de indiferență violența etalată în filme și că nu se lasă influențați de ea decît acei copii și tineri care au înclinații spre delinvență, spre crimă (cf. 23). Există chiar o serie de cercetări care dovedesc că interesul pentru film este mult mai scăzut în rîndurile tinerilor delinvenți, în comparație cu tinerii normali (cf. 69, p. 149). Alții susțin că filmul și televiziunea ar reuși să canalizeze înclinațiile anormale către o agresivitate stăpînită, ceea ce nu ar duce în mod inevitabil spre delinvență. J. Rousselet citează și el o serie de cazuri în sprijinul observațiilor de mai sus. Astfel, referindu-se la o anchetă întreprinsă în 1948 în Marea Britanie, cînd au compărut în fața tribunalelor pentru copii 38 000 de minori, el relevă că numai în 141 de cazuri delictul apare să fi fost inspirat de întîmplări văzute într-un film. Numai în 122 de cazuri decăderea moravurilor părea să provină din imitarea unor episoade văzute în filme (120, p. 234). „Criminaliștii francezi de sub egida UNESCO-ului, arată J. Rousselet, au arătat într-un studiu asemănător cu cel al colegilor lor englezi influența cinematografului asupra întăririi factorilor reali ai intoxicației. Dacă n-au putut niciodată să detecteze într-o comportare criminală influența cutărui sau cutărui film, ei au constatat totuși că tipe-

rii delincvenți erau aproape întotdeauna obișnuții sălilor de cinema, petrecând acolo cinci sau șase după mese sau seri pe săptămână și că la originea delictelor lor se găsea adesea dorința de a imita isprăvile sau atitudinile anumitor eroi de cinema foarte admirați" (ibidem, p. 235—236).

Deși se pot enunța și alte date și cazuri consemnate în diferite alte studii și lucrări, problema rămâne în continuare foarte mult controversată și deci deschisă investigațiilor de viitor. Oricum, reținem ideea că cinematograful, televiziunea, tipăriturile de mare tiraj etc. nu trebuie să fie scăpate din vedere atunci când vrem să găsim o explicație mai cuprinzătoare diferitelor acte antisociale de genul celor arătate, comise de unii copii, adolescenți sau tineri, și atenția educatorilor nu poate să rămână decât în alertă în fața unor astfel de cauzalități. Mass-media nu pot fi absolvite total de unele consecințe nefaste ce se pot resimți în evoluția psihologică și social-morală a unor categorii de tineri școlari. Dimpotrivă, o mare responsabilitate civică și morală apasă asupra lor. Tocmai așa se și explică de ce fiecare țară în parte a adoptat un anumit sistem de interdicții și de cenzură, mai mult sau mai puțin riguroasă de la un caz la altul, pentru a asigura o anumită protecție social-morală a tinerelor generații.

Împiedicarea pătrunderii și răspîndirii în țara noastră a unor filme, reviste, cărți, etc. cu un conținut dăunător, care fac apologia crimei, a brutalității, a urii de rasă etc. și care nu pot decât să otrăvească sufletele, să „polueze” mediul spiritual, constituie — fără îndoială — „o măsură cu un profund caracter umanitar, care reflectă înalta răspundere cu care partidul și statul veghează ca poporul nostru, tineretul, să crească și să se dezvolte într-o ambianță spirituală sănătoasă” (5, p. 71). Avem nevoie de filme și reviste bune, de programe de televiziune și de radio la fel de bune, care să abordeze cu profunzime și curaj problematica copilăriei inspirată din copilărie, problematica adolescenței inspirată din adolescență, problematica tineretului inspirată din farmecul tinereții, să răspundă armonios și variat celor mai diverse gusturi și preferințe ale tineretului școlar, să ajute efectiv la cultivarea celor mai nobile simțăminte și gânduri, să educe tinerele vârstare în spiritul înaltelor virtuți umane, civice și patriotice.

● Capitolul IV

Mass-media și școala

Ponderea crescîndă a comunicațiilor de masă în viața culturală contemporană, frecvența cu care acțiunea televiziunii, a radioului, cinematografului, presei etc. intervine în ritmul vieții cotidiene a copiilor, a adolescenților și tinerilor din zilele noastre, participarea lor efectivă și într-o manieră cu totul specifică la procesul general de formare spirituală a noilor generații, au cauzat, fără îndoială, importante mutații în situația educațională actuală. Mass-media au adăugat un element nou la transformările care au survenit în ansamblul condițiilor în care se desfășoară în prezent acțiunea pedagogică.

Mai mult sau mai puțin conștienți de aceste modificări, de pe urma lor se resimt, deopotrivă, atât *școala* — în poziția, activitatea și misiunea ei, cît și *elevul* — în evoluția lui psihologică și *profesorul* — în situația lui statutară și modul de activitate cu elevii. Deși pînă în prezent pedagogia a acordat puțină atenție acestor prefaceri, o educație modernă, pe măsura epocii noastre, nu va putea să facă abstracție de noile realități impuse vieții cultural-educative.

După cum am văzut mai sus, cu sau fără voia noastră, cu sau fără voia școlii, alături de factorii tradiționali de educație a apărut și se afirmă cu tot mai multă vigoare acest nou și extrem de activ factor de instrucție și educație — mass-media. Ca formă nouă de educație, acțiunea acestor medii *exprimă* și

conturează o concepție pedagogică diferită de cea clasică, atât în ceea ce privește organizarea, cât și realizarea funcției educative. Dintr-o dată școala tradițională se vede confruntată cu acest nou tip de „școală”. Acționează pe de o parte un învățămînt propriu-zis, învățămîntul public, organizat în trepte ascendente, începînd cu grădinița de copii și încheind cu universitățile și alte instituții superioare, iar pe de altă parte ființează stații emițătoare de radio și televiziune, cinematografe și o presă bogată și de mare tiraj — inclusiv alte mijloace — care prin natura programelor lor, a spectacolului oferit, a valorilor cultural-educative și social-morale comunicate, reprezintă tot atât de multe acțiuni instructive și educative, oferă tot atât de multe lecții de știință și tehnică, de literatură și artă, de etică și viață socială etc.

Alături de un învățămînt care și-a făurit o tradiție de secole și în cadrul căruia se desfășoară un proces instructiv-educativ mai riguros organizat, sistematic și intensiv, pus sub controlul profesorului și bazat pe selecționarea și structurarea strictă a informației, ca și pe efortul personal (voluntar) de învățare al elevului, a apărut și înfloarește în timpul liber și al divertismentului o școală fără profesor. Alături de învățămîntul relativ destul de rigid care tinde să realizeze condiții pedagogice ideale, să ofere o cultură sistematică, metodică și completă, adaptată la diferitele vârste de inteligență și sensibilitate, a apărut o nouă școală, abundentă în fapte și informații inedite și extrem de dispersate, de anarhice; este o școală deschisă, care beneficiază de libertatea pentru individ de a o urma sau nu. Ea dispune de modernitate și actualitate, este preocupată să elimine întregul dogmatism educativ-didacticist, să împace distractivul cu educativul, să solicite într-o manieră nouă efortul celor cărora li se adresează, de obicei angajat nemetodic și întreținut într-o stare de relativă relaxare. Deoarece noua școală prezintă lucrurile într-o formă mult mai plăcută, mai vie, străină de caracterul sec al lecției clasice și de intensă încredare ce se impune în clasă, ea devine cu atât mai agreabilă, mai captivantă, mai facilă, mai comodă pentru copii și prin aceasta și mult mai primejdioasă pentru școala propriu-zisă, oficială, tocmai pentru că ea se prezintă cu toate seducțiile plăcerii imediate (65). Este atât de evident doar cum în

afara școlii copii fac zi de zi, cu cea mai mare ușurință, o mișcare de translație de la masa de lucru, de studiu, la scaunul din fața televizorului; ei trec, cum am spune, prin ricoșeu, de la învățarea directă, voluntară, la cea indirectă, involuntară.

Se confruntă, așadar, astăzi, două sisteme de informație (instrucție) și educație (o educație formală și alta neformală, desfășurată liber, în cadru neinstituționalizat), ce modelează zi de zi profilul spiritual al tineretului școlar prin metode și mijloace oarecum contradictorii. Unei educații individuale, de tip școlar, fundată pe supremația cărții, cel mai individualizat mijloc de transmitere culturală, i se opune astfel o educație nouă, de completare, o educație de masă, o educație socială prin excelență, bazată pe mijloace tehnice, în principiu audio-vizuale, care oferă o experiență colectivă prin excelență. Evident, nu am putea susține că prin conținut și finalitate aceste forme de educație nu se apropie într-o măsură extrem de mare de necesitățile societății noastre socialiste.

✓ Datorită însă originalității lor, mass-media se înscrie în ansamblul evoluției fenomenului educativ contemporan ca un fapt social-cultural care vine să umbrească și chiar să zdruncine monopolul școlii și al familiei în materie de educație, factori care aveau pînă în ultimele decenii privilegiul exclusiv de a transmite patrimoniul cultural și etic (65) tinerelor generații. ✓ Dacă pînă nu demult influențele suferite de copii în afara școlii și a familiei erau relativ puține și ocazionale, școala putînd să fie considerată ca un microcosmos uneori izolat de lume, astăzi a crescut în mod deosebit ponderea elementelor non-școlare care intră în componența experienței copilului, a culturii sale generale.

Cantitativ, informația globală distribuită prin școală este contrabalansată de cea care provine pe alte canale, iar sub aspect calitativ, informația de tip mass-media inedită, este oferită în contexte cu totul diferite de prezentare nepedagogizate, prin emisiuni științifice, dramatice, programe de varietăți, actualități, reportaje, magazine, jocuri foiletoane, filme etc., în fond tot atât de multe și de variate lecții. De aceea, în condițiile actualei diversificări a surselor de informație și de comunicare, este greu să ne mai închipuim că școala și dascălul ar mai putea deține cu exclusivitate rolul de a conduce

copilul pe căile cunoașterii (G. Friedmann). Cum s-ar spune, sala de clasă nu mai este singurul loc unde se învață; școala nu mai este singurul factor de care depinde buna pregătire și informare a tineretului. De asemenea, s-a schimbat și modul însuși de asimilare a experienței de viață de către copil și mai ales a cunoștințelor morale, a experienței afective și a modelelor de conduită. Așa cum am mai spus, spre deosebire de învățarea după carte, prin lectură, care se adresează direct rațiunii copilului prin intermediul conceptelor, cunoștințele și experiențele propuse prin mijloacele audio-vizuale ating direct sensibilitatea lui fără a mai trece întâi prin canalul conceptual. În mod similar, dacă difuziunea culturală tradițională se făcea prin intermediul școlii și al familiei, al profesorilor și al părinților, astăzi informațiile și sugestiile comunicate de noile surse ajung direct în inima și conștiința tineretului. Ele străbat barierele protectoare ale acestor „mediatori” care erau pe de o parte aparatul conceptual, iar pe de altă parte profesorii, educatorii, părinții (23). Este vorba, deci, de o adevărată mutație a cunoștințelor și a practicilor educaționale cu care ne-am obișnuit atât de mult. Tocmai această modalitate deosebită de acțiune i-a determinat pe mulți să vadă în mass-media o nouă școală, sui-generis, (sau după alții, o anti-școală).

Intrucit natura și sensul influențelor exercitate de noile comunicații asupra personalității ființei umane în dezvoltare nu au un caracter izolat, ci depind în mare măsură de natura relațiilor ce se stabilesc între ele și alți factori de educație-școală, familie, organizații de copii și tineret etc. — una din principalele probleme care se pune este tocmai aceea de a defini cu claritate posibilitățile reale de corelare a acțiunilor de proveniență atât de diferită. În mod special interesează raporturile posibile ce se pot statornici între noile „medii” și școală. Vor fi aceste relații de concurență neloială, de competiție între două „școli paralele” cum înclină să gândească unii sociologi și pedagogi de peste hotare? Vor crea acestea o contradicție, o adevărată ruptură între ceea ce este oferit elevilor de mass-media și ceea ce primesc ei în sala de clasă? Vor fi aceste forme de educație două universuri fără comunicație între ele, fără nici un fel de influență una asupra alteia? Ar putea fi — cum încearcă unii să susțină — o impenetrabilitate între

două sisteme diferite de educație? Sau dimpotrivă, între ele se pot stabili raporturi cu caracter de cunoaștere și recunoaștere reciprocă, și pe aceste temeuri, relații de interacțiune, de participare la același efort comun? Vor fi ele relații loiale de cooperare și întregire în diversitate, conduse de aceleași principii și aspirații inspirate dintr-un profund umanism?

Răspunsul la această problemă, desigur, nu trebuie și nici nu poate să fie formulat, fără a lua în considerație contextul social-economic și politic-cultural determinat în care acționează mass-media, precum și amploarea dezvoltării și acțiunii celorlalți factori culturali-educativi existenți în structura dată (în special dezvoltarea învățămîntului, gradul de școlarizare și de însușire a științei).

În ceea ce ne privește, putem spune că ambele forme de educație — și cea tradițională, școlară și cea înfăptuită prin intermediul mass-media, bazată pe tehnicile cele mai moderne — sînt, fără îndoială, produsul epocii în care trăim și răspund într-o măsură sau alta nevoilor reale ale culturii și civilizației moderne. Dar, tot atât de evident este și faptul că numai reunite, acționînd convergent, în același sens, ele pot constitui un tot unitar, un sistem de educație eficace, destul de cuprinzător și de corespunzător înaltelor exigențe ale vremurilor noastre. Iar societatea socialistă oferă condiții optime unei acțiuni reunite și unitare a tuturor factorilor de educație, pentru că ea însăși are nevoie, în cel mai înalt grad, de un asemenea sistem încheiat de educație și învățămînt adaptat perfect necesităților sale spirituale și materiale în continuă ascensiune. În statul socialist, atât școala cît și mass-media (ca și alți factori) acționează de pe aceeași platformă ideologică-politică, au aceeași orientare; acțiunea lor este îndreptată spre atingerea acelorași obiective generale care stau în fața tuturor celorlalți factori ai progresului educației comuniste; colaborarea lor este o necesitate determinată de aceleași finalități: formarea și dezvoltarea plenară și armonioasă a tinerelor generații, a omului nou. Mass-media nu sînt decît unul din factorii de cultură și educație ai contemporaneității și nu-și propun să înlocuiască și nici nu pot să înlocuiască sau să diminueze acțiunea celorlalți factori răspunzători de educația tineretului. Mass-media caută doar să-și delimiteze modalitatea lor specifică, proprie,

de acțiune și de colaborare cu școala și cu ceilalți factori, să-și armonizeze în permanență conținutul mesajelor lor, propria lor influență, cu marile imperative ale efortului educațional al întregii noastre societăți, fără a părăsi ceea ce îi aparține ca originalitate, fără a cădea în didacticismul școlar.

Pornind de la convingerea justă că numai în cazul unei armonizări și colaborări, al unei acțiuni convergente, al sprijinirii uneia pe activitatea celeilalte, efectele pozitive provocate de noile mass-media pot să fie foarte mari și foarte durabile, că în situație contrară ele scad ca întindere și intensitate, că pot fi minime sau inexistente, se impune să privim cu cea mai mare atenție și răspundere această relație și să mijlocim la toate nivelele și prin toate posibilitățile realizarea ei concretă și creatoare. Numai în asemenea condiții acțiunea comunicațiilor de masă va putea să fie încadrată optimal în procesul general de educație; numai atunci se pot deschide căi de optimizare a acțiunii mass-media, și în același timp școala va avea și ea foarte mult de profitat.

Ca verigă de bază a sistemului de educație comunistă, școala nu poate să nu manifeste un maximum de receptivitate față de acțiunea și consecințele mass-media. Parte integrantă a vieții, școala nu poate decât să evolueze odată cu societatea, odată cu marile transformări sociale și culturale pe care aceasta le trăiește; ea nu poate să progreseze decât în concordanță cu universul pe care-l servește, în deplină solidaritate cu lumea pentru care-i pregătește pe elevi, adaptându-se cu suplețe la condițiile și cerințele situației istorice date. Fără să nesocotească cîtuși de puțin influența altor factori educaționali, școala nu poate să se mențină izolată de mișcarea generală a unei civilizații și culturi în care mass-media ocupă o pondere crescîndă, în care scrierea și tipăriturile pierd puțin cîte puțin monopolul intercomunicației umane în favoarea mesajelor audio-vizuale, care încep să se releve tot mai evident. Ea nu poate să facă abstracție de această dinamică, în care cartea „... acest principiu abstract de organizare și interpretare individualizată a experienței umane, este din ce în ce mai mult concurată de către sectorul audio-vizual și de experiențele sale colective (65). De aceea, după părerea noastră, școala trebuie

să fie ea cea dintîi care să-și propună să cunoască în profunzime și să evalueze forțele modelatoare care acționează în afara factorilor cu organizare pedagogică precisă. Învățămîntul trebuie să fie el primul care să țină seama de influențele complexe ale mediului de viață al elevilor, să descifreze urmările și multiplele implicații psiho-sociologice și pedagogice ce decurg din prezența și acțiunea mass-media, schimbările pe care acestea le cauzează în situația elevului, în poziția însăși a școlii și în activitatea profesorului și să-și adapteze sistemul pedagogic la realitatea istorică în care este implicat. Școala nu poate să rămînă indiferentă la avantajele sau primejdiile pe care le poate aduce cu sine expunerea atît de frecventă a tineretului școlar la influențele televiziunii, ale radioului, ale cinematografului, ale presei și ale altor „medii”; ea nu poate să nu vegheze asupra locului, rolului și efectelor acțiunii comunicațiilor de masă în formarea de ansamblu a tinerelor generații: în mod firesc ea nu poate să nu sprijine mass-media în dorința lor de a educa. Răspunderea școlii se va menține și va crește atîta vreme cît societatea va simți nevoia să stăpînească cu ajutorul educației acțiunea diverselor comunicații sociale, și în general a culturii de masă. /

Așa cum în ființa copilului nu pot exista două vieți în contradicție una cu alta — o viață școlară și una particulară — tot așa nu pot exista o școală oficială pe care el o urmează din obligație și răspundere civilă, și o școală paralelă, la care el participă din plăcere în timpul lui liber, din necesități pe care și le impune voluntar. De aceea este nevoie ca influențele noilor „medii” să fie foarte temeinic studiate și, în condițiile societății noastre, să fie dirijate nu pe un plan paralel și în competiție cu școala, ci fluxul lor, mesajul lor, să fie orientat în aceeași direcție pe care o urmează școala ca izvor principal de cultură și factor de civilizație. Școlii îi revine cu precădere competența și menirea să coreleze conținutul informativ și educativ al culturii difuzate de mass-media în rîndurile tineretului de vîrstă școlară, cu cel pe care ea însăși îl propune zi de zi; ei îi revine misiunea principală să conecteze acțiunea comunicațiilor de masă la obiectivele educației șco-

lare, să facă sudura firească între multiplele influențe pozitive ce intervin din afara școlii.

Situată istoricește la punctul de confluență a două culturi atât de diferite ca modalitate de acțiune asupra inteligenței și sensibilității copilului, școala contemporană, deși nu mai deține monopolul pregătirii culturale a noilor generații de elevi, primește în schimb noi dimensiuni, noi funcționalități. Școala actuală, nu mai este școala tradițională de ieri, de alaltăieri, îndreptată cu fața numai spre cultura cuvintului, a valorilor literare, ci acum se îndreaptă și spre cultura imaginii; ea devine un loc de sinteză originală a acestor două culturi, a ceea ce ele oferă ca valori autentice și inspiră un profund umanism.

Promovind o atitudine deschisă ambelor culturi, școala are datoria să se mențină la convingerea că ea va găsi întotdeauna în acțiunea informațională și culturală a comunicațiilor de masă un complement bine venit unui învățământ care prin tradiție a rămas încă în multe privințe mult prea livresc și verbalist. Așa cum au subliniat foarte mulți învățători și profesori cu prilejul sondajului efectuat în acest scop, școala televiziunii, a radioului, a cinematografului, a presei etc. întregeste activitatea instructivă și educativă a școlii propriu-zise.

Așa cum am subliniat și cu alte ocazii, prin limbajul lor specific, structurat pe forța de comunicare și convingere a imaginii vizual-auditivă, noile mijloace, îndeosebi tehnicile audio-vizuale, reușesc să ofere elevilor în cadrul neorganizat din afara școlii un interesant și valoros material documentar; izbutesc să materializeze și să comunice un extraordinar de bogat material informațional, de idei, sensuri și semnificații, de trăiri emotive etc. Față de ceea ce se predă în școală, mass-media largesc foarte mult conținutul programelor și manualelor școlare în vigoare, concretizează și actualizează informația pe care elevii o posedă. Elevii au astfel posibilitatea nu numai să afle mai multe date și lucruri în raport cu ceea ce profesorul le predă în cursul lecțiilor, dar și să sesizeze cu mai multă ușurință legătura firească ce există între ceea ce se învață în clasă și complexitatea vieții. Este interesant de observat că din cele 280 cadre didactice chestionate de noi, 96,8% s-au dovedit conștiente de acest lucru și îl recunosc ca atare, chiar dacă unii

învățători și profesori nu reușesc să explicitizeze întotdeauna cum anume activitatea din cadrul unor lecții și ore educative este înfrumusețată direct sau indirect de cele dobândite de elevi prin intermediul televiziunii, cinematografului, radioului, ziarelor, revistelor etc. Doar 3,2% afirmă contrariul. Pentru exemplificare am spicuit câteva din observațiile care într-o formă sau alta revin cu frecvență în răspunsurile înregistrate de noi:

„Lecțiile în legătură cu care elevii au avut ocazia să se informeze din alte surse sînt mult mai atractive, mai vii. Sporește interesul pentru lecție, se trezește curiozitatea. Aceasta oferă o bază largă de discuții”; „La lecțiile de geografie elevii folosesc foarte mult cele dobândite prin intermediul televiziunii, cinematografului, radioului, ziarelor și revistelor”; „Elevii care cunosc din afara școlii diferite aspecte ale vieții, date noi din știință, opere literare etc. vin cu aceste informații la orele de dirigiență sau la lecțiile de limba română”; „Elevii aduc completări la ore, prezintă diferite fapte și situații, pun diferite întrebări”; „La orele de geografie, faptul că au vizionat unele emisiuni cu caracter științific, (emisiunea „Teleglob”), face ca elevii să fie deja familiarizați cu unele denumiri geografice, date despre diferite state, despre sistemul solar etc. și deci să înțeleagă mai bine lecțiile. Ușurează, deci, învățarea lecțiilor”; „Discuțiile purtate de elevi în cadrul lecțiilor sînt mai bogate, mai documentate”; „Participarea elevilor este mai activă; ei aduc unele lucruri noi, interesante; trezesc curiozitatea, interesul și al altor elevi de a aduce în discuție unele probleme mai ample, de a face completări în cadrul lecțiilor”; „Cei care vizionează emisiunile și care citesc revistele au un vocabular foarte bogat, se antrenează în discuții, cunosc multe; îi atrag foarte mult cuceririle științei; le completează cunoștințele acumulate la orele de curs”; „Pot veni cu un număr mai mare de exemplificări”; „Elevii aduc completări la orele de limbă și literatură română, exemple la orele de dirigiență”; „Elevii vin în orele de curs sau dirigiență cu completări prețioase din foarte variate domenii (artă, literatură, știință etc.)”; „Completează lecțiile de geografie și istorie; îi fac să ia cuvîntul în orele de dirigiență

pentru a arăta cîte ceva din cunoștințele cîpătate de la televizor, radio și reviste"; „Prin stîrnirea curiozității elevilor în legătură cu anumite probleme, îi face să aștepte cu interes explicarea cauzelor și a efectelor lor"; „E un material bogat și variat. Poate fi mai ușor folosit decît cel din lecturi. Reprezentările sînt mai vii, mai clare și au fost însoțite de stări emoționale mai pronunțate"; „... elevii pun probleme destul de mature..."; „Elevii participă activ la desfășurarea lecției"; „E influențată pozitiv (lecția n.n.). Se reflectă în lecții prin completări și exemplificări variate și bogate în conținut"; „Elevii fac completări substanțiale și interesante"; „Dorința de cunoaștere e mult mai mare. Aportul elevilor la lecție este, de asemenea, mai mare, iar înțelegerea lecției este mult facilitată"; „Cunoștințele dobîndite de elevi prin intermediul acestor factori îi ajută să înțeleagă mai bine unele cunoștințe și să fie mai activi în orele de geografie, istorie, fizică, chimie, cunoștințe despre natură"; „Orele sînt mai atractive, fiecare elev caută să-și aducă contribuția, să completeze; propun să se discute pe marginea celor auzite, văzute sau citite..."; „Da, fiindcă duce la activizarea clasei, copiii își formează păreri personale despre unele evenimente politice, social-morale. Dezvoltă spiritul critic și autocritic, au cunoștințe mai vaste în domeniul culturii generale..."; „Elevii propun discuții asupra celor vizionate, discuții care trezesc interesul tuturor"; „Unii elevi pun întrebări și fac asocieri cu cele vizionate"; „Vin adesea cu discuții care se axează pe materiale oferite de televiziune, radio, de publicații. Le oferă o documentare mai bogată pentru aceste ore"; „Profesorul se poate sprijini pe mai multe noțiuni formate în afara școlii"; „În completarea discuțiilor purtate în cadrul unor teme, la orele de dirigiență, elevii vin cu exemplificări din cele văzute, audiate în cadrul emisiunilor de televiziune, de radio, sau citite din ziare și reviste; chiar analizează exemplele. De pildă, elevii din clasa a VI-a, la care am fost dirigintă, au dat exemple de tineri „paraziți sociali" din orașul lor și au discutat comparativ exemple de tineri muncitori și de „paraziți sociali" din cadrul unei emisiuni de televiziune pentru tineret"; „În cadrul temelor și subiectelor de dirigiență, elevii vin cu

exemple concrete pe care le-au aflat fie de la radio-scenarii, emisiuni pentru copii, fie de la televiziune, precum și din ziare și reviste adresate direct copiilor. Pentru informările politice din cadrul orelor de dirigiență, ajută zierele, radioul, televiziunea"; „Mijloacele audio trezindu-le curiozitatea, elevii vin cu întrebări, propun teme în cadrul orelor de dirigiență, propun rezolvarea unor probleme interesante"; „Elevii sînt mai activi la dezbaterile unor probleme la ora de dirigiență (ex. informările politice) dar și la unele ore de specialitate"; „Copiii se antrenează mai mult în dezbaterile unor probleme de etică, comportare etc. discutate la orele de dirigiență"; „Elevii își exprimă dorința de a discuta, de a dezbate diferite probleme nelămurite sau fenomene senzaționale ale contemporaneității, de exemplu, imaginea anului 2000, O.Z.N.-uri etc.".

Devine destul de concludent, așadar, că școala poate să găsească un sprijin deosebit de prețios în conținuturile difuzate prin noile tehnici de comunicație, sub diverse raporturi: *al întregirii informației, al stimulării motivației învățării, al activizării etc.* Probleme din cele mai noi și mai interesante de știință și tehnică, de literatură și artă, de etică și viață civică, ca și altele cu caracter practic-aplicativ expuse în emisiunile de televiziune, radio, presă etc., grație formei lor accesibile, plăcute, de agrement, converg cu cele predate în școală. Se creează astfel un liant mai bun între școală și realitatea socială.

Așadar, în actualul efort de modernizare a propriei activități, școala nu poate face abstracție de „modernizarea" deja existentă în școală, indirectă și spontană, prin elevii săi, pentru care mass-media nu constituie numai metodă, ci un sistem de comunicare obișnuit, mereu prezent, o realitate pe care ei au interiorizat-o și o interioarează continuu și care transpare ca „atitudine și expresie difuză" (H. Dieuzeide). Relația reciprocă dintre școală și mass-media se întinde și se adîncește și mai mult dacă se ia ca element de referință elevul, ceea ce se petrece în configurația lui spirituală. Așa cum am arătat în capitolul precedent, mass-media au modificat profund ambianța sau, „humusul cultural" — după o expresie a lui E. Tarroni —

din care în mod inevitabil se alimentează creșterea și formarea personalității copiilor în vîrstă evolutivă. Condițiile noi de mediu se reflectă în psihologia individului, fie el copil, fie adolescent sau tînr, precum și asupra micro-grupului social din care face parte în mod direct. Înțelegerea mediului este indispensabilă, deci, înțelegerii individualității elevului, a structurii sale sufletești și spirituale cu care el vine la școală, aceasta ca o condiție primordială a creșterii eficienței procesului de învățămînt. Or, astăzi mai mult ca niciodată în trecut, școala nu se poate dezinteresa de mediul de viață și activitate al celor pe care-i instruieste și educă, ci dimpotrivă, cu cît acesta devine mai complex, mai bogat în experiențe și trăiri, cu atît mai mult se complică și cerințele cunoașterii intervenției diferiților factori ce acționează asupra evoluției psihologice a copiilor. Datorită presiunii crescînde pe care lumea exterioară, în cadrul căreia mass-media au un cuvînt din ce în ce mai greu de spus, o exercită asupra tineretului școlar, elevul celei de a doua jumătăți a secolului al XX-lea diferă considerabil, în multe privințe, de elevul anului 1950 și cu atît mai mult de cel de la începutul secolului nostru, ca să nu mergem mai departe în trecut. Așa cum am arătat mai pe larg în capitolul precedent, mass-media fac ca experiența de cunoaștere, cea afectivă și social-comportamentală dobîndită de copil în mod spontan, neorganizat, să fie astăzi mult mai bogată decît aceia de altădată. Orizontul social-cultural al tineretului de astăzi este incontestabil mult mai larg decît cel care a aparținut copilăriei generațiilor vîrstnice. Copiii vin astăzi la școală cu un bagaj de informații cu care părinții lor nu veneau (103). Ei cunosc de două ori, de patru ori, de zece ori mai multe lucruri decît noi; pentru ei „nimic nu mai este nou sau totul este într-un fel cunoscut și anume întotdeauna dintr-o sursă poate mai competentă decît aceea pe care le-o oferă uneori școala, profesorul” (126). Pentru mulți copii, de exemplu, televizorul a devenit o „școală” înainte de-a se deschide pentru ei porțile școlii propriu-zise. Inegalități importante se creează și între copiii înșiși, între cei care beneficiază de mass-media și cei care nu au parte de ele.

Toate acestea contribuie, în cele din urmă, la zdruncinarea și modificarea condițiilor de învățare din interiorul școlii, a

modului de receptare și asimilare a informației transmise prin lecții. Grație, în bună măsură, tehnicilor comunicaționale, copiii și adolescenții vin acum la lecții sensibilizați oarecum la anumite cunoștințe, probleme, preocupări, domenii etc.; fondul lor apercceptiv este mult mai bogat, ceea ce duce la îmbogățirea capacității lor de recepție, de analiză și asociere a cunoștințelor, de consolidare a lor în memorie. Cum este și firesc, aceste avantaje afectează aspectul metodic al instrucției și educației școlare, se răsfrîng asupra modalităților practice de organizare și desfășurare a activităților școlare, a lecțiilor îndeosebi, care sînt nevoite să se adapteze în raport cu noua situație în care are loc procesul de predare-asimilare.

Profesorul, conștient că nu mai este el singurul depozitar al științei, nu poate să nu valorifice potențialul instructiv și educativ ce rezultă de pe urma contactului elevilor cu diversele comunicații de masă. În asemenea împrejurări devine și mai acută pentru el necesitatea găsirii formelor și procedeele adecvate de legătură între ceea ce se predă în clasă și ceea ce elevul a dobîndit în afara școlii. În interesul bunei reușite a lecției, profesorul are datoria, binecunoscută dintotdeauna, să exploreze în prealabil acest fond apercceptiv al elevilor săi, să se bazeze pe experiența lor proprie, să facă apel la ea ori de cîte ori se simte nevoia și este posibil în cursul predării. Mai ales se simte nevoia ca acest noian de informații să fie analizat și evaluat, amplificat și sintetizat, integrat și fixat în conținutul de ansamblu al lecțiilor, introdus firesc în contextul experienței de cunoaștere și afective a elevilor, sau dimpotrivă, unele efecte generate de mass-media trebuie atenuate sau suprimate. Lecția rămîne și în cazul acesta cadrul cel mai potrivit de corelare a informațiilor parvenite pe diverse căi, locul unde își poate găsi un echilibru cultura cuvîntului și cea a imaginii. Și profesorul trebuie să se străduiească să găsească nu numai procedee, ci și un gen poate nou sau înnoit de lucrări (cu caracter științific, literar-artistic, tehnico-practic etc.) care eventual să faciliteze la elevi efortul personal și creator de integrare.

Și, întrucît impactul mass-media cuprinde deopotrivă și pe cei educați și pe educatori, nu este lipsit de interes să ob-

servăm că schimbări profunde s-au petrecut și în viața educatorului, nu numai a elevului. Profesorul de astăzi nu mai este nici el cel de ieri, de altăieri.* Profesorul însuși, menținându-se acum mai ușor și mai prompt la curent cu actualitatea științifică și tehnică, economică și politică, culturală și artistică, i se oferă posibilități mult mai bune de a face apel la elementele de noutate și de integrare a lor în cuprinsul lecțiilor și al diferitelor activități educative pe care le organizează cu elevii săi. El are astfel numeroase ocazii să facă din cele receptate de el sau de elevii săi un punct de plecare în explicarea și clarificarea multora din noile cunoștințe ce le predă. El are numeroase posibilități să facă din cele ascultate, văzute sau citite, motive de incitare a elevilor la o mai intensă activitate sau la noi forme de acțiune și de comportare. Și pentru el și pentru elevii săi există acum un câmp mai vast de asociere a cunoștințelor și ideilor predate și însușite în școală, cu cele provenite pe alte căi. Deși școala nu are încă destulă experiență și tradiție în valorificarea resurselor instructive și

* Sînt multe speculații care se fac în legătură cu transformările care survin în poziția și activitatea profesorului, ca urmare a influențelor exercitate de mass-media asupra școlii și a elevilor săi. Mulți susțin, de exemplu, că în condițiile actuale în care școala nu mai este singurul conservator și deținător al culturii, al științei, profesorul ar trăi un sentiment de uzurpare a prestigiului și autorității sale; că ar vedea periclitată dependența și încrederea școlarului în autoritatea sa. Alții sînt de părere că profesorul ar rămîne oarecum intimidat acum de masa mare de informații pe care trebuie să și-o însușească și să o difuzeze. Adesea el se teme că nu posedă suficiente cunoștințe, în timp ce elevul (care are mai mult timp la dispoziție pentru cinematograf, televiziune etc.) ar trăi convingerea că știe suficient și nu mai resimte nevoile de a face un efort în clasă. Dacă în trecutul nu prea îndepărtat profesorul urca la catedră cu vechea prezumție că elevul nu știe nimic, azi el este handicapat de ideea că „elevul știe totul” (65). Se presupune, de asemenea, că cu timpul, profesorul va sfîrși tot mai puțin uimire elevilor săi prin dezvăluirea necunoscutului, în schimb va fi de ajutor acolo unde este necesară o ordonare, o despovărare, o rezolvare, o însușire. „El nu mai este singurul care oferă materialul, faptele, — mijloacele tehnice absolvindu-l de această sarcină — dar el este singurul care realizează ordinea, proporțiile, dimensiunile umane” (126). Și această misiune, care îi va fi încredințată profesorului de mîine, nu va fi cu nimic mai puțin importantă decît aceea asumată de el în perioada de apogeu a școlii clasice (65).

educative oferite de mass-media (și invers), deși nu se poate pretinde că învățătorii și profesorii noștri au ajuns să-și formeze instrumentele corespunzătoare în această privință, totuși cercetările noastre confirmă existența unor încercări și preocupări destul de largi în rîndurile cadrelor didactice în această privință, desigur încă foarte puțin cunoscute și generalizate. Din datele de care dispunem reiese că se recurge la modalități diverse de stabilire a unei legături adecvate între cunoștințele predate la lecții sau comportamentele propuse în cadrul altor forme de activitate instructiv-educativă și cele căpătate de elevi prin canalele audio-vizuale. Astfel, unii profesori realizează această conexiune într-un mod spontan, fie enunțînd ei înșiși în fața elevilor datele noi, adecvate, aflate din reviste, ziare, emisiuni, filme etc., fie creînd prilejuri care să lase libertate elevilor să aducă ei anumite completări și exemplificări să facă asociații de idei și comentarii, folosindu-se de cele dobîndite din alte surse. Alteori, încercările unor profesori capătă un cadru mai organizat, creînd prilejuri planificate în acest sens. Ei avizează pe elevi din timp să urmărească cutare sau cutare emisiune de radio sau de televiziune, să vizioneze un anumit film ori să citească anumite articole din ziare și reviste. La timpul și în activitățile potrivite, datele reținute de elevi sînt corelate firesc cu cele expuse conform prevederilor programei școlare, făcîndu-se din acestea puncte de sprijin în abordarea unor probleme noi, puncte de ilustrație, de completare, de concretizare prin exemplificare, de amplificare a discuțiilor, de clarificare mai adîncă a unor noțiuni și idei, prilej de sesizare a opiniilor, atitudinilor, a convingerilor și afecțiunilor elevilor etc. Vom ilustra și de data aceasta cele afirmate, reținînd cîteva din relatările cadrelor didactice anchetate de noi. Rugate să explice și să exemplifice cum încearcă să stabilească legătura între cunoștințele ce se predau în clasă și cele căpătate de elevi prin intermediul televiziunii, al radioului, al presei, al filmului etc. multe cadre didactice fac mențiuni de genul acestora:

„De cîte ori este posibil, apelez la cunoștințele pe care elevii le-au dobîndit din alte surse. Îi apreciez atunci cînd știu să aleagă esențialul, cînd vin singuri cu aceste infor-

mații, întregindu-le pregătirea lor generală". „Printre întrebările puse elevilor la lecții, unele se adresează direct emisiunilor vizionate, articolelor citite. Am cerut elevilor ca întotdeauna să aducă ceva nou la lecții, să completeze expunerile lor cu cele citite sau vizionate în timpul liber". „Cînd predau anumite lecții, întreb în prealabil pe elevi ce au citit, vizionat sau audiat în legătură cu lecțiile respective...". „Urmăresc să văd dacă elevii au mai luat cunoștință de ceea ce urmează să fie predat și cu ajutorul lor, prin discuții, încep predarea". „... prin completări făcute de profesor și elevi în timpul explicației și după ea; prin aprecierea și prelucrarea critică de către elevi a unor cunoștințe și exemple provenite din aceste surse". „Evenimentele de seamă sînt trecute în revistă la începutul orei sau în timpul lecției la momentul potrivit, prin discutarea noutăților geografice și social-politice (pe plan intern și extern). Acesta e un prilej minunat de actualizare a lecțiilor". „În predare ne folosim de cunoștințele elevilor cîmpătate pe alte căi. Se poate face legătura cu ele și în fixarea și în verificarea cunoștințelor". „Ținînd cont de faptul că se impune realizarea unui învățămînt informațional și formativ-educativ în același timp, cu orice ocazie în lecții, ... încerc să întăresc activitatea din clasă cu diferitele probleme ce apar în presă... prin discuții cu elevii, chiar în momentul predării lecției, sau în cadrul orelor de dirigiență. De exemplu, la tema „Spiritul de solidaritate al poporului român" — m-am folosit de cele vizionate de elevi în legătură cu inundațiile din 1970". „Urmăresc materialele și uneori emisiunile care au loc în legătură cu specialitatea mea. În predarea lecțiilor, atunci cînd este cazul, atrag atenția copiilor asupra acestor emisiuni, apelînd apoi la cunoștințele lor". „... fac referiri la emisiunea respectivă și o comentăm. Sau fac elevii referiri". „Uneori rezerv cîteva minute din lecție pentru a discuta despre cele văzute sau auzite... Alteori cele dobîndite de elevi din alte surse sînt folosite la lecțiile de recapitulare. Pentru aceasta li se atrage atenția să rețină datele respective, intrucît vor avea nevoie de ele în lecțiile următoare". „În cadrul lecțiilor sau al orelor educative, cer elevilor să exemplifice problemele ridicate, cu ceea ce au

văzut, citit sau auzit ei". „Cer elevilor să spună unde au întîlnit situații asemănătoare, să dea exemple". „În cadrul orelor de consolidare și mai ales de recapitulare, încurajez în mod deosebit aportul personal al elevilor, solicitîndu-i să aducă date din surse extrașcolare. Se creează astfel un interes pentru cercetarea și dorința elevilor de a-și aduce contribuția în lămurirea diverselor probleme". „Nu doar încerc, ci chiar fac apel la bagajul de cunoștințe cîmpătate despre evenimentele pionierești, culturale, sociale, stîrnind compasiunea pentru cei asupriți, simpatia pentru cei ce luptă în Vietnam, dragostea de patrie etc.". „După lecția predată sugerez elevilor să asculte diferite emisiuni de radio, să vizioneze emisiuni adecvate la televizor sau să citească articole din ziare și reviste, care au tangență cu subiectul tratat"... „Obişnuiesc să informez elevii asupra tuturor noutăților științifice, a evenimentelor, a descoperirilor etc., în primele minute ale lecției"... „Cercetez dacă elevii au vizionat anumite filme, au audiat anumite piese de teatru. Pun întrebări și caut să mă edific asupra reprezentărilor pe care le au în legătură cu cele audiate sau vizionate, pentru ca, apoi, în expunerea și explicarea lecțiilor, să fac precizările cuvenite în așa fel încît elevii să dobîndească cunoștințe clare, precise, în legătură cu subiectul lecției respective"... „Trebuie să fim actuali și orice epocă își are perspectiva sa axiologică. Întelegem pe Eminescu altfel în 1971 decît la 1900 sau chiar la 1930. Presa, radioul etc. ne familiarizează cu această perspectivă nouă. Practic: anumite emisiuni de radio și televiziune se pot înregistra și folosi în cadrul lecțiilor"... „alteori se pot citi în clasă fragmente din articole literare la zi. ... Adaptez imediat cunoștințele lor la sistemul meu de predare. Apreciez în mod deosebit asemenea intervenții și-i atenționez pe ceilalți elevi să rețină (să-și noteze chiar) noile idei. Eventual reformulez cu ideile... De exemplu, am întrebant elevii atunci cînd am predat biografia lui M. Sadoveanu, dacă au văzut la televizor emisiunea închinată marelui scriitor... M-am bucurat constatînd că au văzut emisiunea respectivă pentru că aceasta a emoționat profund pe elevi". „La lecția cu subiectul „Amintiri din copilărie" de I. Creangă, punc-

tul de plecare a fost filmul...". „Recomand elevilor să asculte sau să vizioneze piesele de teatru transmise la radio sau televiziune, ca și ecranizările". „Pentru dezvoltarea vorbirii am purtat adeseori discuții cu elevii despre poveștile transmise în cadrul emisiunii «Noapte bună, copii»...". „... apelez la cunoștințele elevilor și în cadrul orelor cu conținut literar pentru a scoate și mai mult în evidență trăsăturile caracteristice ale eroilor, comportarea lor, localizarea în timp și în spațiu a evenimentului...". „În cadrul lecțiilor... compunere liberă după filmul „Dacii"; „Vorbindu-le la lecția „Oțelul" (Blocul de oțel — fragment — de C. Chiriță) despre trăsăturile comunistului, le amintesc de anumite emisiuni văzute mai recent la televizor, apropiate acestei teme...". „... mie mi-a prins extrem de bine o emisiune despre Tudor Vladimirescu, care a fost transmisă la televiziune exact cu două zile înainte de a preda la istorie (clasa a IV-a) lecția despre mișcarea revoluționară din 1821 condusă de Tudor. Le-am cerut elevilor să urmărească episodul filmat. De atunci le cer cu anticipație să urmărească anumite emisiuni...". „La lecțiile: „Dacii nemuritori", „Domnul Tudor", „Cîntecul lui Mihai Viteazul" etc. am purtat discuții și despre cele vizionate la film sau televiziune". „La lecțiile curente am făcut apel la vizionarea unor filme. De exemplu, la clasa a VIII-a, la Istoria României, am vizionat cu elevii unele filme referitoare la daci și romani („Dacii", „Columna", „Căderea imperiului roman"), documentare privind actul de la 23 August 1944...". „Am predat „Educația cetățenească" și de foarte multe ori am fost nevoită să actualizez unele probleme tratate în manual. Elevii clasei a VIII-a fiind abonați la „Scînteia tineretului", puteau, în urma lecturii, aduce o serie de completări prețioase". „... uneori pornesc de la o emisiune, un film sau un articol și ajung apoi tocmai la tema ce urmează să o predau la psihologie: afectivitatea, talentul, caracterul, personalitatea etc.". „La orele de biologie, zoologie, elevii sînt solicitați să vină cu completări culese din reviste sau din programele de televiziune". „Predînd lecții legate de agricultură, am completat cunoștințele cu date apărute în ziare, legate de agricultură în perspectiva anului 1975; vorbind

despre L. Pasteur, am făcut legătura cu filmul care a fost prezentat la televizor; lecțiile cu tema „Patria noastră socialistă" au fost desfășurate folosindu-mă de numeroase date concrete luate din ziare și reviste...". „... predînd „sistemul solar", elevii și-au adus aminte și au înțeles mai bine sistemul planetar, cunoșteau planetele pe nume, au făcut apel la cele văzute la televizor în legătură cu cucerirea Cosmosului. La predarea cunoștințelor în legătură cu diferitele state, fac actualizarea folosindu-mă de datele și imaginile văzute de elevi la televizor în legătură cu situația economică și politică a acestor state. De asemenea, în predarea unor cunoștințe care privesc condițiile naturale ale diferitelor regiuni de pe glob". „În fixarea cunoștințelor de geografie sînt ajutat foarte mult de emisiunile de radio și televiziune pentru înțelegerea fenomenelor naturale și a vieții locuitorilor din diferite regiuni din țară sau de pe glob (relieful, vulcanismul, cutremurele, dezvoltarea economică și comercială etc.)". „Elevii claselor a VIII-a urmăreau în majoritate emisiunile în care se făceau exerciții pregătitoare pentru examen și apoi discutam în cadrul orelor, diferitele soluții date problemelor. Elevii urmăreau în cadrul emisiunilor-concurs anumite probleme puse la proba de îndeminare (de multe ori din matematică), pe care căutau să le rezolve în diferite moduri. La capitolul „Procente", la clasa a VI-a, au adus diferite ziare în care apăreau cifre comparative în procente sau grafice". „La unele lecții de fizică și de chimie elevii vin cu exemple din realizările oamenilor de știință români și din alte țări, fac referiri la diferite aplicații ale celor mai recente descoperiri din domeniul acestor discipline în tehnică, în industrie, în aeronautică etc.". „Elevii au multe cunoștințe despre motoarele cu reacție, despre construcția și lansarea rachetelor etc. Este adeseori necesar să corectăm radical cele recepționate de elevi din sursele amintite, deoarece prezentarea problemelor în cadrul acestor forme de informare este ori inaccesibilă (fiind expusă de specialiști în termeni pretențioși), ori superficială, „vulgarizată"...". „La unele ore de dirigenție și în cadrul informărilor politice comentăm evenimentele politice externe și interne, aflate prin ultimele emisiuni de radio și televiziune". „... în

munca educativă cerem elevilor să imite exemplul personajelor pozitive din anumite filme și emisiuni...". „la dirigenție, am dezbătut tema: „Cunoașteți din filme, din lectură, din teatru, figuri de eroi care și-au dat viața pentru patrie?".

Evident, și în cazul acesta numărul referirilor concrete ar putea să fie considerabil lărgit. Este adevărat însă că deși majoritatea învățătorilor și profesorilor cuprinși în cercetare recunosc necesitatea acestei corelări și integrări a cunoștințelor elevilor dobândite pe alte căi decât cele școlare, totuși unii dintre ei reușesc cu anevoie să exemplifice cum izbutesc în mod concret să realizeze acest lucru, ceea ce denotă o anumită stângăcie, lipsă de orientare, improvizație și caracter sporadic al încercărilor. De altfel, cercetarea pedagogică, ca și activitatea de perfecționare a corpului didactic nu au abordat pînă în prezent o asemenea temă. Există însă unele inițiative care vin direct în sprijinul cadrelor didactice în această privință. Avem în vedere, de exemplu, înființarea unui serviciu audiovizual în cadrul Bibliotecii centrale pedagogice ce ține de I.C.P.D. — București, care execută înregistrări pe bandă magnetică după unele emisiuni de radio și televiziune ce sînt apoi copiate de învățători și profesori din multe școli, mai ales din Capitală, și utilizate în procesul de învățămînt. Asemenea inițiative am întîlnit și la unele licee din orașele Brașov și Făgăraș sau din partea unor case ale corpului didactic. Sînt inițiative care ar putea să fie încurajate, deoarece ele ar putea duce la îmbogățirea a ceea ce se cheamă „enciclopedia audiovizuală a școlii". În unanimitate, cadrele didactice solicitate de noi au recunoscut că eforturile lor în această direcție ar fi extrem de mult încurajate și susținute dacă revista „*Tribuna școlii*" ar consacra o rubrică specială prin care să informeze cu o anticipație de aproximativ două săptămîni, asupra conținutului acelor emisiuni de radio și televiziune ori filme, care ar putea să fie valorificate în activitatea didactică-educativă prin care se realizează programa școlară. În aceeași rubrică ar fi bine venite și unele indicații succinte metodico-pedagogice cu privire la modalitățile concrete de exploatare pedagogică a unor astfel de mesaje. În felul acesta, profesorii ar putea, la rîndul

lor, să pregătească pe elevi pentru o receptare conștientă a fondului principal de cunoștințe și noțiuni comunicate în acest mod. După opinia noastră, o asemenea rubrică ar fi extrem de utilă și de eficace și am reclama-o de urgență. Nu mai puțin adevărat este și faptul că școala poate să facă din receptarea individuală sau colectivă, în afara școlii, a unor emisiuni de televiziune și radio, din vizionarea unor filme, din lectura unor pagini din reviste și ziare, din ascultarea unor discuri ori benzi de magnetofon pe care le recomandă elevilor săi, un foarte nimerit prilej de *prelungire* și *întărire ulterioară* a efectelor generate în cadrul restrîns uneori (ca amploare informațională și semnificație social-educativă) al conținutului lecțiilor ținute în clasă sau al altor activități cu caracter educativ. Noile mijloace audio-vizuale au posibilitatea să prezinte, adeseori, anumite fapte și situații într-un cadru nu numai didactic, ci și într-unul dramatic, ceea ce le amplifică mult capacitatea educativă. Noțiuni și probleme din cele mai complexe și mai abstracte, din diferite domenii ale științei, tehnologiei, artei, eticii, vieții sociale etc. sînt materializate, explicate, adîncite și precizate în completarea ulterioară a celor oferite la lecții, beneficiind de o mare putere de impresionare și convingere. Extrem de eficace sînt în această privință filmele documentare de știință, de artă, social-politice, ca și cele cu conținut istoric, filmele biografice și ecranizările, filmele științifico-fantastice, reportajele de călătorii etc. În mod similar putem vorbi despre diversele emisiuni de televiziune și radio, despre relatările interesante și captivante din paginile unor reviste și ziare, care evocă momente din viața și activitatea unor personalități de seamă, ale luptătorilor pentru idei înaintate în știință, tehnică și artă, ale gînditorilor revoluționari, ale luptătorilor pentru progresul social și național, sau cele care oferă o tribună de discuții și de schimb de idei pe cele mai diverse teme majore ale actualității. Oglindă a vieții umane, asemenea mesaje adaugă un plus educativ procesului de învățămînt, întărind convingeri și sentimente, cultivînd o atitudine sensibilă și atentă față de diferitele aspecte ale vieții, față de oameni și de lumea școlarilor. Aceasta cu atît mai mult cu cît școala reu-

șește să facă o corelare și raportare inteligentă a celor învățate în clasă, la cele însușite pe celelalte căi.

Accentuarea funcției integratoare a școlii. Într-o societate dominată de mijloacele informaționale de masă, școala va avea din ce în ce mai mult funcția nu numai de transmitere a informației, ci și aceea de structurare și sistematizare a vastului câmp de cunoștințe obținut de elevii săi din multe alte surse. Școala va trebui să devină principala cale de sintetizare a experienței de cunoaștere, afective și social-morale a elevilor în jurul unor cunoștințe științifice și valori cultural-artistice și etice fundamentale, care dau orientarea de principiu întregii culturi în curs de constituire a fiecăruia, în conformitate cu cerințele concepției noastre materialist-dialectice despre lume și viață. Cu cât crește rolul unor noi factori de educație, cu atât mai mult sporește, așadar, funcția de integrare a școlii, de sintetizare și incorporare a informației dobândite de elevi într-un sistem metodic de cultură. Altfel, cunoștințele obținute din atâtea alte izvoare riscă să nu se integreze în filonul de cunoștințe dobândite prin învățământ, să rămână adeseori sporadice, dispersate, incoerente, superficiale, să dea aspectul unei informări și culturi mozaicale. Alteori ele pot să mențină pe copii într-o asemenea lume de informații în care seriosul și superficialul se confundă, în care imaginarul și realul se amestecă, creînd o cultură de suprafață, seducătoare, dar iluzorie (65). De altfel, ceea ce se reproșează tineretului de astăzi este, între altele, și această anarhie în cunoștințe, dezorganizarea în cunoaștere și de viață, propria lor configurație spirituală. Lipsa de efort. Școlii îi revine sarcina să combată acest lucru tocmai pentru că nu-i este permis să ignoreze cum se construiește la copii, la elevii săi de diferite vârste, această experiență de cunoaștere și de viață, propria lor configurație spirituală. Lipsa de interes pentru universul cultural al copilului, al adolescentului sau al tinerului îl poate duce pe acesta în situația de-a alege singur din viață ce poate și cum poate, tot așa cum supravegherea exagerată, dădăcirea în această privință, duc la anularea individualității. Dar o atare acțiune cere o pregătire a elevului în acest sens. Pornind de la considerentele amintite, învățământul, fără să-și piardă însemnătatea, ba rămânând și mai departe cel care solicită și dozează eforturile de învățare, nu va mai da

absolut toate cunoștințele* și nici nu se va opune multitudinii de informații provenite pe alte canale. Concomitent cu coordonarea și integrarea acestor cunoștințe, școala va căuta în primul rînd să învețe pe elevi cum să învețe, cum să recepteze informația din cele mai variate surse, cum să selecteze, să trieze, să claseze, să pună ordine, să ierarhizeze, cu un cuvînt să le integreze. Școala va trebui să înarmeze tot mai mult pe elevi cu metode de muncă intelectuală, cu procedee și priceperi de a învăța și mai ales de a reflecta asupra celor însușite; să-i deprindă cu un mod de a gândi, să-i învețe a gândi și a-și forma un sistem de gândire.

În fond, aceasta ne apropie de necesitatea unei acțiuni îndreptate spre o educație pentru mass-media. Dacă obiectivul principal al activității școlare este să pregătească tineretul pentru viață, pentru realitatea socială și culturală actuală și de viitor, apoi nu este mai puțin adevărat și faptul că tot învățământului îi revine și principala sarcină de a pregăti noile generații în așa fel încît acestea să fie capabile să selecționeze mline din noianul de informații și mesaje mass-media pe acelea care le vor îmbogăți cu adevărat sub raport spiritual. Este vorba de o pregătire sub dublu aspect a tineretului școlar: a) pentru contactul cu mass-media, adică pentru a recepționa, a privi, a asculta, a citi, a se informa și a asimila util, activ și creator, ceea ce se comunică prin intermediul acestora; b) pentru folosirea acestor instrumente într-un efort de auto-educație (auto-instrucție) și de educație continuă (permanentă).

Prin menirea ei socială, școala se simte obligată deci să-și asume și o răspundere pe care nu a avut-o în trecut: aceea de

* Prin însăși natura lucrurilor, școala nu va fi în măsură să facă oficiul transmiterii tuturor cunoștințelor și modelelor de conduită necesare educației tineretului școlar. De aceea există încă de pe acum păreri care preconizează ca într-un viitor nu prea îndepărtat, planurile, programele și manualele școlare să fie în așa fel structurate încît să lase pe seama altor factori de instrucție și educație o parte din sarcinile școlii în ceea ce privește întregirea culturii generale, a formației etice și estetice a tineretului școlar. Și, fără îndoială, mass-media vor beneficia de prioritate în această privință, permițînd realizarea anumitor obiective educaționale care altfel ar putea să rămână neîndeplinite, din lipsă de timp.

a forma încă de pe băncile școlii pe viitorul beneficiar al culturii difuzate prin instituțiile comunicațiilor de masă, determinându-l să prindă gust pentru cultură, să alerge singur după ea și să se autocultive, să descopere și să folosească cu pricepere diferitele surse pe care știința și tehnica modernă i le pune la dispoziție; să orienteze efortul și plăcerea elevilor săi de-a dobândi independent o experiență de cunoaștere, afectivă și volițională (de acțiune) cât mai bogată cu putință, servindu-se în mod rațional și nu abuziv de multiplele canale de informație și comunicare culturală existente astăzi. *Ar fi vorba, deci, și de o educație contra unei întrebuițări dăunătoare a acestora.*

Această nouă sarcină a educației școlare derivă din faptul că natura, extensiunea și intensitatea influențelor exercitate de „mediile” la care ne referim sînt condiționate nu numai de competența și ingeniozitatea celor care produc mesajele difuzate sau de calitatea intrinsecă a acestora, ci în primul rînd depind de cei ce vin în contact cu ele, de personalitatea celor care le recepționează. Așa cum am mai amintit și în prima parte a lucrării, receptarea mesajelor comunicate de mass-media are întotdeauna un caracter personal, selectiv; este un moment de selecție și asimilare pe baza unor criterii și judecăți de valoare; este un act, în ultimă analiză, dublu condiționat, care se situează întotdeauna la un anumit nivel axiologic, individual, propriu fiecărui elev în parte, structurii sale psihologice precum și aceleia a grupului sau micro-grupului social din care face parte și care de cele mai multe ori mediază influența acțiunii diferitelor mijloace de comunicare culturală.

Fiecare elev se angajează în actul perceperii, cu un anumit efort de rațiune, încearcă o anumită intensitate a trăirilor sale afective, pune în joc o anumită putere de imaginație, participă mai mult sau mai puțin activ și creator, în funcție de nivelul său de cultură, la descifrarea sau decodificarea mesajului receptat. Tocmai în funcție de aceste elemente și particularități individuale și psihosociale, contactul cu mesajul generează experiențe personale foarte diferențiate și nuanțate la diverși elevi și deci se răsfrîng relativ în mod diferit asupra conștiinței și conduitei lor. Datorită acestui fapt, fiecare elev atribuie un anumit sens mesajului receptat, care se apropie mai mult sau mai puțin de

sensul dorit de emițător; îi dă o interpretare personală, esențializează în felul său, îi adaugă reacția sa afectivă (de adăziune, repulsie, indiferență, entuziasm, revoltă, plictiseală etc.), participă la receptarea lui cu un accent subiectiv (atenție la anumite momente, neatenție la altele), după altă scară de valori și semnificații decît cea intenționată etc. (78, p. 62). Fiecare este inclinat să rețină ceea ce are tangență directă cu interesele, preocupările, aptitudinile, părerile, experiențele sale etc. Toate aceste note personale, împreună cu normele, atitudinile, opiniile, conduitele cultivate și sprijinite de grupurile din care fac parte elevii, alcătuiesc la un loc un adevărat filtru prin care elevul distinge și selectează adevăratele valori de non-valori, acceptă ceea ce este superior și autentic și respinge ceea ce este falsă valoare. Este „... un filtru prin care nu trec cu ușurință decît mesajele dorite, similare sau complimentare, nu și cele contradictorii sau lipsite de orice asemănare sau înrudire cu normele și valorile grupului” (77, p. 63) sau ale propriei persoane. Așa se explică de ce adeseori, oricît de atrăgătoare și convingătoare ar părea la prima vedere unele conținuturi comunicate pe aceste căi, dacă nu sînt în concordanță cu structura sufletească a elevilor noștri și a grupului școlar-social în care se simt integrați „... dacă nu se plasează pe aceeași linie de interese, preocupări și aspirații — menționează Traian Herseni referindu-se la observațiile lui E. Katz și P. Lazarsfeld — ele nu au șansă să fie acceptate; dimpotrivă, în situația inversă, grupul devine un suport eficient și o zonă de difuzare orală, potențînd considerabil influența primară” (77, p. 63).

Ținînd seama de această realitate, apare din ce în ce mai evidentă necesitatea pregătirii de așa manieră a elevilor noștri, a colectivelor școlare și extrașcolare din care fac parte, încît ei să vină în întîmpinarea impactului mass-media cu un *fond spiritual* suficient de bine orientat și călit pentru a-i face apti să recepteze în mod inteligent și cu sensibilitate, să interpreteze, să accepte și să integreze numai ceea ce este pozitiv și convergent educației școlare primite pînă la un moment dat; să manifeste exigențe sporite care să-i îndemne să reziste în fața non-valoriilor și să respingă cu ușurință tot ceea ce ar fi

negativ, dăunător și contrar unei bune educații, codului de valori social-politice și etice proprii societății noastre.

Revine în sarcina școlii să acționeze asupra receptorului în formare, individual (elev) și colectiv (grup)*, cultivându-i o atitudine activă față de acest fenomen, capacitatea de a ști să fructifice pentru propria-i creștere culturală valorile oferite, înarmându-l cu un cadru de referință valoric bine precizat, cu anumite norme axiologice, cu o scară a valorilor pe care apoi să le poată aplica independent și adecvat la selectarea și acceptarea a ceea ce privește, ascultă și citește conform unor nevoi spirituale elevate. Cu cât se va cristaliza mai devreme și mai puternic această „tablă de valori internă”, cu atât elevii vor fi mai puțin contaminați de ceea ce poate să fie negativ și dăunător propriei lor evoluții. Este nevoie ca încă de pe băncile școlii să cultivăm la elevi de așa natură preferințele lor spirituale (culturale), încât acestea să nu se situeze doar la extremitatea de jos pe scara valorică a filmelor și a altor mesaje audio-vizuale. Se impune ca încă de timpuriu școala să cultive cu atenție o *sensibilitate autentică* pentru problemele culturii, inclusiv pentru cele ale culturii mass-media, făcându-i pe elevi capabili să tresalte în fața adevăratelor frumuseți, să manifeste interes și nevoia de a se întâlni cu ele; să cultive gusturile, interesele, opiniile, atitudinile și exigențele acestora pentru o cultură de înaltă ținută umanistă, premiza principală pentru un efort de autocultivare. Trebuie dezvoltat la elevi spiritul critic, promovată capacitatea de discernămint și de judecată față de un limbaj atât de echivoc cum este cel audio-vizual, obișnuința de a nu accepta fără examen critic tot ceea ce citește, tot ceea ce aud sau văd, ajutându-i să-și însușească treptat criterii de apreciere, ierarhizare și selecție, de evaluare și sintetizare a tot ceea ce este de calitate din avalanșa de informații și mesaje care-i înconjoară. Este nevoie să se formeze colectivelor școlare o anumită opinie, care să-i facă pe elevi capabili să se orienteze și să acționeze în direcția susținerii efectelor pozitive ale conținuturilor comunicate pe aceste căi

* Avem în vedere ansamblul uman-școlar (elevii) ca beneficiar și consumator al culturii de masă, format din structuri de personalități și relații intersubiective.

de difuziune culturală și a combaterii celor nocive posibile. Altfel se poate ajunge să se sacrifice personalizarea acțiunii televiziunii, a cinematografului etc. în favoarea omogenizării și nivelării tinerilor telespectatori, a tinerilor spectatori de film etc. Elevii care nu sînt în stare să-și impună anumite criterii de selecție, stau, de exemplu, la televizor mai mult decît e necesar; acesta le fură timpul, nu-și pregătesc cum trebuie lecțiile, obțin note proaste la școală și suferă și alte neajunsuri ce pot deriva din această situație. Numai o voință fortificată îl poate determina pe elev să nu-și sacrifice timpul de pregătire a lecțiilor, timpului de divertisment și de distracție.

Dacă școala va reuși să înzestreze elevii cu un sistem de valori și convingeri care să constituie osatura principală în jurul căreia să-și ordoneze ei înșiși afluxul noilor cunoștințe, atunci ținutul de mîine nu va fi dezarmat în fața acțiunii comunicațiilor de masă, el va avea într-adevăr o formație care să-i permită să emită judecăți proprii asupra conținuturilor și tentațiilor mass-media, să ia poziție critică și distanță în raport cu cea pe care le oferă cinematograful, televiziunea, revista, cartea de popularizare etc. Numai un asemenea fond spiritual îl va ajuta pe viitorul absolvent al școlii să domine noile mijloace de comunicație ce le are la îndemînă și să nu se lase stăpînit de ele; să nu fie sclavul fenomenului de identificare și de proiectare a personalității sale în contextul în care aceste mesaje îi sînt propuse, să aibă suficient de bine dezvoltată capacitatea de contestație a nonvalorilor. Atunci, fiecare va putea rămîne fidel devisei lui Faust al lui Goethe: „îndepărtați magia din căminul nostru”. Aplicată realităților culturii de masă, deviza aceasta ar putea foarte bine să însemne: „îndepărtați telefagia din căminul nostru familial” sau ceva asemănător.

Iată cum școala, și firește și familia, prin calitatea operii lor educative devin oarecum coautoare la urmările pe care influențele mass-media le lasă asupra celor de vîrstă școlară; iată cum devin implicit răspunzătoare de modul cum sînt receptate și integrate valorile cultural-educative răspîndite de noile mijloace, în ansamblul dezvoltării personalității elevilor noștri.

Experiența îndelungată de pînă acum a demonstrat cu suficientă convingere cît de importantă, aproape determinantă

este școala pentru formarea noilor cititori, de toate categoriile, ai cărții. De aceea, prin analogie, am putea spune că un rol oarecum asemănător ar putea să-și asume școala și în formarea noilor telespectatori, spectatori ai filmului, radioascultători, cititori ai presei etc. și în stimularea unui contact rațional cu mass-media luată în ansamblul ei.

Cristalizarea treptată în decursul anilor de școală a unui asemenea fond spiritual deschis fenomenului cultural de masă, activ și creator în același timp, capătă, așadar, o deosebită importanță pentru omul modern, care trăiește în ambianța unei civilizații a imaginii și a sunetului. Dar acest fond nu este totuși suficient. Formarea lui trebuie asociată neapărat unei acțiuni mai cuprinzătoare, care revine școlii, și anume aceea de a-i ajuta pe elevi să ajungă la o reprezentare cât mai corectă, actuală și dinamică despre ceea ce se cheamă „om cult”. Ea trebuie, să le cultive năzuința de a raporta în permanență dorințele, trebuințele, gusturile, opiniile, atitudinile, interesele lor culturale etc. la această imagine; să le dezvolte trebuința și voința necesară de-a se menține în permanență la nivelul cerințelor a ceea ce societatea noastră pretinde de la un om cult și capabil să se folosească cu iscusință de multiplele mijloace de culturalizare și educație pe care societatea contemporană îl pune la dispoziție; să fie în stare, deci, să-și realizeze autoinstruirea, autoeducația permanentă, autoreglarea sistemului său de valori și comportamente la imperativele epocii și societății în care trăiește.

Este un deziderat care se impune cu atât mai mult cu cât aparținem unei lumi în continuă transformare, unei epoci în care accelerarea progresului științific și tehnic transformă neîncetat condițiile de viață și de activitate umană și duce la învechirea din ce în ce mai rapidă a cunoștințelor. În actualele împrejurări, educația (inclusiv instrucția școlară) nu mai poate să pregătească odată pentru totdeauna tinerii pentru un anumit tip de existență sau de acțiune. Astăzi, nici o profesiune nu se mai poate socoti că este însușită definitiv. Pregătirea tineretului în școală rămâne, astfel, în foarte multe privințe neîndestulătoare pentru a da acestuia posibilitatea să rezolve problemele pe care le va avea de înfruntat la vîrsta adultă. De aceea omul zilelor noastre este nevoit să progreseze continuu,

o dată cu lumea culturală, științifică și tehnică în care trăiește, să încerce un efort de auto-educație, să devină obiectul și subiectul unei educații permanente.

Educația, studiul, tind, deci, să cuprindă întreaga existență a individului, să se manifeste ca o activitate permanentă și omniprezentă, ca o dimensiune a vieții sale, și nu doar ca o pregătire pentru viața de adult (94); e vorba de o preocupare caracterizată printr-o asimilare continuă a cunoștințelor și o reexaminare neîncetată a valorilor acumulate. Este o necesitate obiectivă care impune omului societății noastre socialiste obligația firească „... să învețe mereu, pentru a înțelege exact ce se întâmplă în lume, pentru a se menține pe treapta cea mai ridicată a profesiei sale, pentru a participa conștient, activ și creator la viața economică, socială, politică și culturală a patriei și a epocii în care trăim, pentru a-și păstra elasticitatea sau plasticitatea mentală în așa fel, încît să-și impropăteze neîncetat, în funcție de realități, concepția despre lume și să înțeleagă profund evenimentele istorice...” (78, p. 55—56).

În raport cu asemenea cerințe, comunicațiile de masă exprimă tendința de a păstra avantajele instrucției școlare, de a nu lăsa să se stingă efectele școlii odată cu absolvirea ei și mai ales de a prelungi educația, în forme adecvate, la toate vîrstele omului și la întreaga populație. Ele vin să satisfacă dorința și trebuința omului contemporan de a găsi posibilități de instruire și în afara instituțiilor de învățămînt. Prin bogăția posibilităților lor, prin varietatea informațiilor pe care le transmit, cit și prin forma directă și eficace de comunicare a informațiilor tehnice și profesionale, comunicațiile de masă oferă mijloace eficiente de formare (educație) permanentă multiformă și de reciclare pentru diferitele categorii de oameni ai muncii, de profesioniști. Ele pot să sprijine cu rezultate pozitive acumularea continuă a competenței profesionale, ajutîndu-l pe om să se poată ține la curent cu ceea ce se realizează în domeniul său de activitate, cu ceea ce este nou; îi întreține vie dorința și conștiința de a fi în progres cotidian. Am putea afirma că prin ușurința cu care aduc cunoștințele noi la domiciliu, mass-media ne introduc în fluxul unei culturi permanente. Ca și cartea ori alte mijloace tradiționale, noile mijloace pot să devină instrumente esențiale pentru dezvoltarea și sus-

ținerea studiilor independente, contribuind la satisfacerea mai deplină a acelei nevoi profunde a omului vremurilor noastre, de o cultură din ce în ce mai largă și mai actuală. De remarcat însă că o folosire rațională a noilor tehnici, călăuzită de asemenea intenții, presupune o inițiere a tineretului încă de pe băncile școlii în receptarea inteligentă a mesajelor comunicate pe aceste căi.

Încă din anii de școală, așa cum am mai subliniat și mai înainte, este nevoie să dezvoltăm la elevi capacitatea de a se informa în mod inteligent, de a învăța să învețe folosindu-se de sursele de comunicare și cunoaștere specifice epocii noastre; de a-i înarma cu astfel de metode încât să se poată instrui fără profesor în școala vieții, utilizând în acest scop întreaga bogăție și varietate de mijloace de cultură: studiul individual cu cartea, lectura literară, frecventarea teatrului, a operei și operei, a concertelor, vizitarea expozițiilor și a muzeelor, practicarea turismului etc. toate împletindu-se armonios cu utilizarea celor mai moderne tehnici de comunicare (televiziune, radio, cinematograful, presa etc.). Să învățăm tineretul să știe să îmbine cât mai armonios exercițiul intelectual și afectiv solicitat de actul creator, cu cel pe care i-l oferă contactul cu valorile autentice. Realizând cu perseverență acest lucru, școala se va achita de o îndatorire care-i revine mai pregnant ca oricând altădată în trecut, pregătind mai bine generațiile tinere în perspectiva acelei realități în care „nimeni nu mai poate dobândi exclusiv în anii de școală cultura de care are nevoie în viață“ (78, p. 39—40).

Școala și cultura audio-vizuală a tineretului. Auzim adeseori spunându-se: „toți copiii aud, puțini ascultă; toți copiii privesc, puțini văd“. Este desigur, o observație pe cât de des întâlnită, pe atât de firească, deoarece a ști să ascuți și să vezi cu adevărat, cu inteligență și cu sensibilitate, presupune să ai în prealabil o anumită pregătire, o anumită inițiere, o oarecare cultură audio-vizuală pe care ți-ai însușit-o treptat și în mod sistematic. Doar este bine știut că între mesajul transmis și acțiunea exercitată asupra lui de către cel ce-l receptează se creează o anumită interacțiune. Această interacțiune și dezvoltare a receptivității este determinată nu numai de propriile calități ale mesajului, ci și de cultura audio-vizuală (cinemato-

grafică de exemplu) a celor în cauză, și în ultimă analiză de sensibilitatea lor culturală. „Dacă vrei să te bucuri de artă, trebuie să fii om de cultură artistică“, spunea Marx, (2, p. 164) și această observație își păstrează pe deplin valabilitatea și pentru arta cinematografică, ca și pentru celelalte valori culturale-artistice în expresie audio-vizuală. Se presupune, deci, că eficacitatea comunicațiilor de masă este direct condiționată de *educația percepției audio-vizuale, de asimilarea unei anumite culturi audio-vizuale, de capacitatea omului modern de a valorifica din punct de vedere cognitiv, emoțional și estetic conținuturile difuzate pe aceste căi.* De aceea, pentru copilul de astăzi, pentru omul modern care trăiește în contextul unei civilizații și culturi ce aparțin nu numai cuvântului, ci și imaginii și sunetului, apare tot mai insistent necesitatea de a-și forma o cultură audio-vizuală; pentru generațiile noi care își dezvoltă un anumit mod de a percepe și înțelege realitatea devine indispensabilă cerința de a-și făuri o educație a percepției audio-vizuale. Astăzi este tot mai mult recunoscută importanța însușirii unei culturi audio-vizuale — în general — și a osaturii ei, a culturii cinematografice — în special — în formația spirituală de ansamblu a tineretului.

Contactul atât de frecvent cu filmul cinematografic și televizat, răspîndirea considerabilă a tuturor celorlalte comunicații de masă, dau tineretului școlar posibilitatea să-și formeze și să-și dezvolte o anumită cultură cinematografică, adică audio-vizuală. Numai că această constituire a culturii este, în cea mai mare parte, neregulată, este haotică, legată de condițiile familiale, sociale, culturale, economice etc. concrete, în care trăiește copilul (Max Egli). Treptat, copilul își formează un mod propriu de a se orienta în universul estetic și etic al conținuturilor difuzate de mass-media. Este un mod care poate să favorizeze sau să defavorizeze pe copil în valorificarea corectă a conținuturilor cu care vine în contact. Cercetările socio-psiho-pedagogice în materie au demonstrat că date fiind caracteristicile percepției audio-vizuale (cinematografice cu precădere) la anumite stadii de vîrstă, fără o educație audio-vizuală prealabilă, diferitele mesaje, pot avea efecte nocive și

chiar dacă nu provoacă efecte nefaste, nu au nici efectele formative pe care în mod virtual le conțin și pe care le scontăm (34, p. 204). Dacă vrem ca tineretul școlar să se bucure de tot ceea ce cinematograful, televiziunea, radioul etc. îi oferă, atunci trebuie să-l ajutăm să-și însușească o cultură audio-vizuală în cel mai larg sens al cuvântului. Pregătiți psihologic și cultural, printr-o educație specială, elevii ar putea să profite mult mai mult de pe urma acțiunii mass-media. Așa cum sînt învățați încă de timpuriu să interpreteze o imagine grafică, să guste farmecul unei opere (bucăți) literare sau muzicale etc. tot așa ei urmează să fie învățați să înțeleagă ceea ce aud și văd pe ecran, să distingă cu discernămint critic, să fie pregătiți din punct de vedere al cunoașterii și sensibilității încît să-i conducă la reflecții adinci asupra valorii umane a conținuturilor culturale-artistice receptate. Înaccesibilitatea și slaba valorificare pentru sine a celor văzute și auzite ține în mare măsură de existența sau absența unei suficiente culturi audio-vizuale a subiecților. Problema se pune, deci, nu numai de a adapta mesajele audio-vizuale (filmele, emisiunile etc.) la nivelul de înțelegere și sensibilitate al diferitelor vârste școlare, ci de a adapta și elevii la aceste mesaje, de a-i ridica la un nivel cît mai înalt de înțelegere a limbajului propriu variatelor comunicații. Lipsa de cultură, de pregătire, asociată unei utilizări abuzive a televizorului, radioului, cinematografului etc. pot face din arta cinematografică și din celelalte medii audio-vizuale un factor de sărăcire a vieții spirituale și de desensibilizare, mai degrabă decît unul de îmbogățire și amplificare a vieții interioare și a relațiilor personale cu lumea (150). O educație întreprinsă în acest sens și pătrunsă de spiritul celor mai înalte exigențe, ar da posibilitate elevului spectator să se apropie de un film, de o emisiune de televiziune etc., cu ceea ce se cheamă o „conștiință spectroare”, opusă „conștiinței fascinate”; să raporteze conținutul de idei și trăiri la sistemul de valori estetice și etice pe care și le-a interiorizat treptat.

Pentru școală aceasta impune sarcini noi, de a mijloci tineretului însușirea unei culturi audio-vizuale, privită ca un tot unitar, capacitatea de a percepe și înțelege mesajele audio-

vizuale, capacitate care diferă într-o oarecare măsură de capacitatea de percepere și înțelegere a realității însăși. *Misiunea învățămîntului este de a forma încă din anii de școală pe viitorii consumatori ai comunicațiilor de masă.* Spectatorului pasiv, comod, care se lasă furat de sunet și imagine, pentru care mass-media sînt doar un prilej de evaziune, un divertisment lipsit de conținut, o pură umplere a timpului, școala trebuie să-i opună un ascultător lucid, participant activ, capabil să pătrundă conținutul de idei și semnificații al mesajelor, să recepteze cu atenție analitică (pe parcursul vizionării și al audierii) și sintetică (retrospectivă), să se detașeze de cele văzute și auzite pentru reflecție, dînd dovadă în același timp de receptivitate emotivă, de sensibilitate destul de rafinată (48). Atunci, s-ar putea spune că s-a conferit într-adevăr timpului liber petrecut în fața marelui sau micului ecran, un caracter formator.

Incorporînd considerațiile expuse în paginile anterioare cu privire la pregătirea fondului spiritual al tineretului școlar pentru impactul cu mass-media, inițierea audio-vizuală a acestuia ar trebui să se întregască neapărat cu o serie de alte elemente. Elevii ar trebui să cunoască cadrul, în general, prin care filmul, emisiunea de televiziune, de radio etc. transmit cunoștințe, idei, sentimente; să studieze condițiile de realizare artistică și tehnică a conținuturilor audio-vizuale (a filmelor, emisiunilor); să se familiarizeze cu complexitatea expresiei audio-vizuale, cu specificul limbajului audio-vizual și al celorlalte mijloace tehnice de expresie, proprii diverselor mass-media; să aibă cunoștințe despre felul cum se realizează un film (luări de vederi, montajul etc.), cum se obține o înregistrare pe bandă de magnetofon, cum se fabrică un disc etc.; să cunoască funcția semnificantă a luminii, culorii, desenului, a schimbărilor de planuri etc. Noțiunile de filmologie să fie întregite cu o serie de date din istoricul cinematografiei, al diferitelor genuri de filme. Sînt necesare informațiile privind raporturile cinematografiei cu alte arte, materialele și echipamentul de proiecție etc.

Referindu-se în mod special la cultura cinematografică, Henri Agel spunea că pentru a favoriza o înțelegere mai bună a limbajului cinematografic și pentru a preveni reacțiile afec-

tive necontrolate, tinerii ar trebui să capete cunoștințe de tehnică și dramaturgie cinematografică, care să constituie o bază pentru capacitatea lor de a formula o judecată de ordin estetic. Numai atunci tinerul va deveni sensibil față de valorile superioare exprimate în opera cinematografică (8). Scopul principal al unei asemenea inițieri ar fi acela de a nu lăsa pe elevi dezarmați în fața noilor tehnici moderne de expresie audio-vizuală, de a-i învăța să le utilizeze în mod rațional, să le controleze și să le domine; de a-i informa asupra rosturilor acestei expresii. După același autor, scopul final, de exemplu, al educației cinematografice ar fi acela de a obișnui tineretul să vadă în cea de-a 7-a artă un mod de expresie plastică, de investigație intelectuală, de meditație morală, care să creeze un interes tot atât de înalt ca și poezia sau muzica și să provoace dezgust pentru toate acele pelicule care își bat joc de posibilitățile acestei arte (idem).

În fine, educația audio-vizuală ar constitui o foarte bună modalitate de conștientizare a influențelor posibile care se exercită asupra propriei persoane; de conștientizare a valorilor sociale, spirituale și estetice din cuprinsul mesajelor, inclusiv a mediației tehnice; de demistificare a forței filmului, a emisiunii de televiziune sau a altor asemenea medii, și de detașare.

Desigur, o asemenea conștientizare permanentă și excesivă ar putea să devină o frână a emoției artistice, de aceea ea trebuie să se imprime difuz, ca mod de gândire și de atitudine și să fie prezentă mereu în această formă.

Asumându-și o contribuție crescândă la formarea culturii audio-vizuale a tineretului școlar, la explicarea fenomenului mass-media, școala poate recurge la forme foarte variate de activitate, adaptate diferitelor vârste școlare și specificului muncii cu acestea.

Fără îndoială, formula „cinecluburilor“ (școlare și pionierești) este excelentă, remarcă G. Friedmann. Extinderea acestora și stimularea activității lor la noi în țară în ultimii ani, în special prin organizarea unor festivaluri naționale sub egida Consiliului Național al Organizației Pionierilor, au dat roade dintre cele mai frumoase și mai promițătoare. Activi-

tatea lor desfășurată în două direcții principale, una de educație cinematografică propriu-zisă (care sprijină înțelegerea limbajului propriu filmului, a mijloacelor de expresie cinematografică, criterii de apreciere estetică și etică etc.) și alta de inițiere în tehnica realizării filmului, zisă de camera-club (vezi mai pe larg 34) are darul să realizeze o asemenea educație cinematografică în care să se ajungă în modul cel mai fericit la acel mariaj delicat, după Michel Tardy, al participării și al criticii, al satisfacției și al reflecției (134). Apreciind cinecluburile ca și telecluburile ca una din cele mai importante căi de acces la cultura cinematografică, diferite mișcări adoptate cu prilejul unor congrese mai recente consacrate educației, recomandă „crearea de cluburi audio-vizuale unde tineretul să poată realiza el însuși filme, montaje sonore și audio-vizuale; realizarea la televiziune de emisiuni consacrate cluburilor audio-vizuale și favorizarea schimburilor între ele“ (29).

Activitatea în asemenea cluburi trebuie însă completată cu organizarea altor forme de activități, cum ar fi anumite cursuri speciale, cicluri de lecții, conferințe, cercuri, prezentări de filme urmate de discuții și comentarii organizate, emisiuni consacrate istoriei filmului, reluări de filme, activități în cadrul cinematecilor, cartea de film etc.

Este interesant de remarcat că în ultimii ani, în multe țări se constată diverse încercări de a se face din cinematografie o materie de învățămînt, mai ales în școala secundară. De exemplu în Franța, încă din 1963 s-a introdus studiul cinematografiei în învățămîntul secundar și se încearcă elaborarea unor programe analitice adecvate pentru această nouă disciplină; în Marea Britanie a fost introdus în școlile normale; în Cehoslovacia și Belgia de asemenea s-au luat unele măsuri de introducere a cinematografiei ca obiect de studiu în învățămîntul public. În Austria, încă din 1964 s-a introdus obligativitatea ca elevii anumitor clase să participe la acțiuni specifice de educație cinematografică (stagii de educație filmică în vacanțe); în Japonia, studiul cinematografiei a devenit, de asemenea, obligatoriu. În multe țări se organizează stagii pentru pregătirea profesorilor cărora le va fi încredințat învățămîntul cinematografic (88).

Însăși integrarea mijloacelor tehnice audio-vizuale în procesul de învățămînt, adică recurgerea la un alt mod de comunicare în școală, deosebit de cel tradițional, ar facilita inițierea elevilor în domeniul culturii imaginii și sunetului, ar contribui la conștientizarea necesității elevilor de a ajunge la o comunicare și o sensibilizare polidimensională.

Ca și în alte situații, educația audio-vizuală nu se poate rezolva, indiferent de formele adoptate, pe baza unor rețete fixe, ci numai dacă se face apel la ingeniozitatea și pasiunea profesorilor care sînt chemați să contribuie la efectuarea acesteia. În ultimă analiză ea ar trebui să ia aspectul unui dialog viu și permanent cu tinerii școlari, asupra diverselor probleme puse de mass-media în fața lor.

Mass-media și știința educației. Astăzi nimeni nu se mai îndoiește de faptul că mass-media reprezintă, totodată, o metodă socio-pedagogică și psiho-pedagogică cu totul nouă, ce deschide perspective nebănuite de mari acțiuni educaționale. O dată cu apariția lor, nu numai societatea, școala, familia și alți factori de educație au fost puși în fața unei situații pedagogice inedite, ci și știința educației este nevoită să facă față unor numeroase probleme teoretice și practice noi, care își cer o rezolvare pe temeiuri solide. Știința educației nu poate pur și simplu să contemple acest amplu proces de răspîndire a comunicațiilor de masă în cele mai îndepărtate colțuri ale globului, cu toate implicațiile lui multiple asupra educației tineretului. Ea trebuie să intervină activ, să evalueze la justa valoare locul și însemnătatea fenomenului mass-media în ansamblul activității de instruire și educare a noilor generații și împreună cu alte științe (sociologia, culturologia, psihologia etc.), să indice căile de optimizare a acțiunii acestor „medii“. Iată pentru ce relația tineret-mass-media începe să constituie un subiect care va reveni tot mai insistent în cîmpul dezbaterilor și cercetărilor socio și psiho-pedagogice contemporane, de la noi sau din alte țări. Numeroasele manifestări științifice consacrate integral sau parțial acestei problematici, ca și numărul crescînd al studiilor, cercetărilor și lucrărilor apărute în ultimul timp pe această temă sînt o mărturie a preocupărilor în acest domeniu.

Dacă mass-media au creat un domeniu nou de aplicație a legilor și datelor pedagogice deja cunoscute, nu este mai puțin adevărat că, în același timp, ele oferă un teren încă puțin desțelenit de reflecții teoretice și practice; creează posibilitatea desprinderii unor idei, principii, tehnici educaționale etc. cu totul inedite care tind mai degrabă să nu se integreze în sistemul de concepte al pedagogiei clasice cu care ne-am obișnuit atît de mult, ci să se afilieze unei pedagogii moderne, așezată pe noi concepții. Educația audio-vizuală „în speță educația ecranului, pretinde o pedagogie nouă, care a început să se contureze pe parcursul experiențelor. Criteriile de pînă acum de care s-au servit educatorii pentru a insufla elevilor respectul pentru marile opere ale civilizației scrise, arată G. Friedmann, nu mai pot fi aplicate acestei noi civilizații, impregnată de elemente audio-vizuale“ (65). O pedagogie a imaginii și a sunetului are nevoie de criteriile și mijloacele ei proprii. Principala semnificație a constituirii unei astfel de pedagogii este aceea de a cîștiga mass-media pentru acțiunea educațională, pentru nevoile cultivării tineretului, a omului, și invers, de a apropia educația de specificul acțiunii mass-media și al marilor resurse formative ce la aduc cu ele. Mass-media și educația nu pot progresa decît mină în mină și știința educației moderne este chemată să înlesnească această evoluție în folosul umanizării. Nu este, deci, deloc de mirare de ce în ultimii ani se observă o tendință evidentă nu numai de înjghebare a unei pedagogii a comunicațiilor de masă, ci și de profilare în cadrul acesteia a mai multor ramuri de mai profundă specializare, cum ar fi: cinema-pedagogia, telepedagogia, radio-pedagogia etc. Toate acestea la un loc își propun să întreprindă cercetări pedagogice care, corelate cu cele psihologice, sociologice etc., să pregătească o pedagogie vie, construită pe baza vieții și a tehnicilor audio-vizuale care servesc acestei vieți (C. Freinet). Dezvoltarea acestei pedagogii a imaginii își propune să ajute efectiv practica educativă, să conștientizeze la educatori avantajele și dezavantajele comunicațiilor de masă. Prin alegerea mesajelor și calitatea acestora ea își propune să lupte împotriva absorbției anarhice și masive a conținuturilor difuzate de mass-media. „Asemenea preocupări ar conduce la o dietetică a ima-

ginii, ceea ce ar permite asocierea elementelor pozitive ale metodelor audio-vizuale cu cele ale culturii tradiționale (clasice) bazată pe cuvântul viu al dascălului și pe cel imprimat, al cărții" (65).

O asemenea pedagogie țintește să contracareze efectele unei posibile pasivități generate de mass-media în rîndurile școlărilor, cultivînd cu mai multă tărie spiritul activ și creator al tineretului, să prevină stereotipizarea nedorită în favoarea emancipării integrale a personalității elevului în formare; ea urmărește să cerceteze cu precădere consecințele educaționale ale conținuturilor audio-vizuale asupra formației elevilor, asupra bunului mers al procesului instructiv-educativ din școală și din afara școlii; să ofere sugestii școlii, familiei, organizațiilor de copii și tineret în legătură cu modalitățile cele mai bune de valorificare a resurselor pedagogice oferite de diversele mass-media; să creeze o metodologie adecvată de cercetare în această privință etc. O astfel de pedagogie ar putea să aducă o contribuție remarcabilă la perfecționarea creației mass-media, la îmbunătățirea conținutului diferitelor emisiuni și programe de televiziune și radio destinate tineretului școlar, a filmelor pentru copii și tineret, la structurarea mai bună a conținuturilor revistelor etc., la adaptarea acestora potrivit psihologiei și problematicii de viață a tineretului. În fine, ea ar putea să înlesnească efortul învățătorilor și al profesorilor, de preluare și integrare a tehnicilor moderne audio-vizuale în procesul de instrucție și de educație din școală în perspectiva principiilor fundamentale ale pedagogiei și didacticii contemporane, să sugereze noi moduri de acțiune, modalități inedite de lucru cu elevii etc. Cu cît școala va reuși să adapteze mai bine metodele ei de predare la noul mod de comunicare și asimilare a experiențelor umane, cu atît mai mult ea se va integra mai perfect în realitățile secolului nostru.

Departe de a fi o primejdie pentru școală, comunicațiile de masă audio-vizuale nu vor pune în pericol decît practicile învechite și în general pe cele care au contribuit la adîncirea verbalismului și formalismului în învățămînt.

Forma școlară a mass-mediilor, adică această gamă atît de variată de mijloace tehnice audio-vizuale, începînd cu simplul

diapozitiv și diafilm și continuînd cu discul, banda magnetică și apoi cu filmul, televiziunea etc., vor aduce, în afara unui spor de eficiență a învățămîntului, o remarcabilă contribuție la stabilirea unui echilibru mai armonios între mediul școlar și ambianța extrașcolară, între viața din școală și cea particulară a elevului, și în perspectivă îl va face pe tînr capabil să se sustragă în mod activ influenței totale a acestor medii (126).

Din aceste considerente, o inițiere în pedagogia și psiho-sociologia mass-media apare ca o componentă esențială în pregătirea la nivelul cerințelor contemporane a învățătorilor și profesorilor, atît a celor în funcțiune cît și a celor în curs de pregătire. Cursurile de perfecționare și de reciclare ar putea, mai mult decît au făcut-o pînă în prezent, să contribuie la sensibilizarea cadrelor didactice la metodele de educație prin imagine și sunet. Direct angajate în activitatea culturală de masă cadrele didactice ar avea, de asemenea, de primit din partea psiho-sociologiei și pedagogiei culturii mass-media o sporită inteligibilitate a activității lor practice.

Bibliografie selectivă

1. Marx — Engels, *Opere*, vol. 23. București, Editura politică, 1966.
 2. Marx — Engels, *Despre artă*, vol. I, București, Editura politică, 1966.
 3. Ceaușescu, Nicolae, *Raport la cel de-al X-lea Congres al P.C.R.*, București, Editura politică, 1969.
 4. Ceaușescu, Nicolae, *Propuneri de măsuri pentru îmbunătățirea activității politico-ideologice, de educare marxist-leninistă a membrilor de partid, a tuturor oamenilor muncii*, București, Editura politică, 1971.
 5. Ceaușescu, Nicolae, *Expunere cu privire la programul P.C.R. pentru îmbunătățirea activității ideologice, ridicarea nivelului general al cunoașterii și educația socialistă a maselor, pentru așezarea relațiilor din societatea noastră pe baza principiilor eticii și echității socialiste și comuniste, 3 noiembrie 1971*, București, Editura politică, 1971.
 6. Ceaușescu, Nicolae, *Cuvîntare la întîlnirea cu creatorii din domeniul cinematografini*, București, Editura politică, 1971.
- •
•
7. * * * *L'adolescence*, Paris, Bloud et Gay, 1969.
 8. Agel, Henri, *Din tainele cinematografini*, (traducere), București, Editura meridiane, 1970.
 9. Albert, Francisc, *Dialog cu timpul liber*, București, Editura politică, 1970.
 10. * * * *Annuaire statistique — 1970*, Paris, UNESCO, 1970.
 11. * * * *Anuarul statistic al Republicii Socialiste România — 1971*, București, Direcția Centrală de Statistică, 1971.
 12. Apostol, Pavel, *Educația și pedagogia în perspectivă operațională*, București, Editura didactică și pedagogică, 1969.
 13. Benady, C., *Télévision et connaissance*, în: „Europe”, nr. 444—445, 1966.

14. Berlogea, O., Culea, H., Tismănar, M., *Influența socială a televiziunii*, în: „Lupta de clasă”, nr. 10, 1967.
15. Blishen, Ed., *Education Today*, London, Broadcasting Corporation, 1964.
16. Boussaquet, Raymond, *Les moyens audio-visuels dans l'information artistique*, în: „Media” nr. 9, 1970.
17. Brezianu, Andrei, *Marshall McLuhan și contestarea livrescului*, în: „Secolul XX”, nr. 6, 1970.
18. Buzinski, Corneliu, *Cît de devreme și cît mai multe mici biblioteci ale copiilor*, în: „Educația pionierească”, iunie, 1970.
19. Caravia, Paul, *Cultura ca problemă informațională*, în: *Psihologia culturii de masă*, (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
20. Carpentier, Raymond, *La personne dans la civilisation de la communication multipliée*, în: „Economies et sociétés”, nr. 3, 1969.
21. Cassirer, Henry, R., *La télévision et l'enseignement*, Paris, UNESCO, 1961.
22. Cazeneuve, Jean, *Sociologie de la Radiotélévision*, Paris, P.U.F., 1965.
23. Cazeneuve, Jean, *Les „Mass-media” et leurs conséquences sur l'éducation scolaire*, în: *Lycéens d'aujourd'hui dans la grande mutation de la jeunesse française*, Desclée de Brouwer, Paris, 1970.
24. Cerghit, Ioan, *Filmul în procesul de învățămînt*, București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
25. Cerghit, Ioan, *Mass-media și școala*, în: „Analele Universității din București”, (seria pedagogie), 1970—1971.
26. Cerghit, Ioan, *Viața spirituală a tineretului școlar sîtesc sub influența cultural-educativă a mass-media*, în: „Revista de pedagogie”, nr. 12, 1969.
27. Cîmpeanu, Pavel, *Televiziunea și universul educațional*, în: „Revista de filozofie”, nr. 9, 1969.
28. Cîmpeanu, Pavel, *Radioteleviziune și cultură*, în: *Psihosociologia culturii de masă*, (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
29. * * * *XXII-e Congrès International de l'École Moderne à Perpignan, France, 4—8 april, 1966*, în: „L'éducateur magazine”, nr. 15—16—17, 1966.

30. Cortina, Jesus, Maria, *Medios masivos de comunicacion: violencia, drogas y erotismo*, în: „Comunidad”, Mexico, nr. 25, 1970.
31. Crețu, Virginia, *Valorificarea filmului în ora de dirigiență*, în: *Didactica filmului școlar* (coord. I. Cerghit), București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
32. Crețu, Virginia, *Filmul în serviciul formației literare*, în: *Didactica filmului școlar*, (coord. I. Cerghit), București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
33. Crețu, Virginia și Chiș, Simion, *Copiii în fața ecranului*, în: „Educația pionierească”, nr. 8, 1968.
34. Crețu, Virginia, *Cinematograful și cinecluburile școlare și pionierești*, în: *Didactica filmului școlar*, (coord. I. Cerghit), București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
35. Crișan, N., *Tineretul și micul ecran. Anchetă*, în: „Colocvii”, nr. 2, 1966.
36. Cruchon, Georges, *Psychologie pédagogique*, Tom. I. Paris, Éditions Salvator-Mulhouse, 1969.
37. Culea, Haralamb, *Procesul cultural de masă într-o zonă urbană*, în: *Structura procesului cultural de masă*, (sub red. H. Culea), București, Editura Academiei R.S.R., 1971.
38. Culea, Haralamb, *Introducere în teoria culturii de masă*, în: *Structura procesului cultural de masă*, (sub red. H. Culea), București, Editura Academiei R.S.R., 1971.
39. Culea, Haralamb, *Acțiunea culturală a televiziunii, a radioului și a presei tipărite*, în: *Contribuții la sociologia culturii de masă*, (sub red. M. Cernea), București, Editura Academiei R.S.R., 1970.
40. Culea, Haralamb, *Considerații generale privind sociologia mass-media*, în: *Contribuții la sociologia culturii de masă*, (sub red. M. Cernea), București, Editura Academiei R.S.R., 1970.
41. Culea, Haralamb, *Comunicațiile de masă și culturalizarea tineretului*, în: *Tineretul — obiect de cercetare științifică*, București, 1969.
42. Culea, Haralamb, *Sociologia mass-media*, în: „Revista de filozofie”, nr. 9, 1969.
43. Culea, Haralamb, *Mass-media și cultura de masă*, în: *Sociologia generală*, București, Editura științifică, 1970.
44. Culea, Haralamb, *Mass-media și tineretul școlar*, în: *Cercetări sociologice contemporane*, București, Editura științifică, 1966.

45. Culkin, John, M., *Extrase din studiul „A schoolman Guide to Marshall McLuhan”*, în: „Secolul XX”, nr. 6, 1970.
46. Demeter, Maria, *Televizorul — un nou membru al familiei*, în: „Tribuna”, nr. 46, 1966.
47. Dieuzeide, Henri, *Les techniques audio-visuelles dans l'enseignement*, Paris, P.U.F., 1965.
48. Dimitriu, Emilian, *Cîteva considerații asupra filmului ca factor de educație estetică*, în: *Didactica filmului școlar*, (coord. I. Cerghit), București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
49. Dona, Henri, *Presă și societate*, în: *Psihosociologia culturii de masă*, (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
50. Dottrens, R., Mialaret, G., Rast E., Ray M., *A educa și a instrui*, (traducere), București, Editura didactică și pedagogică, 1970.
51. Dumazedier, J., *Vers un civilisation du loisir?*, Paris, Éditions du Seuil, 1962.
52. Dumazedier, J., Ripert, A., *Loisir et culture*, Paris, Éditions du Seuil, 1966.
53. Dumitrescu, V., Gheorghe E., Mișcol, O., Culea, H., *Cultură. Timp liber. Culturalizare*, în: *Structura procesului cultural de masă*, (sub red. H. Culea), București, Editura Academiei R.S.R., 1971.
54. Eydner, Horst, *Die Rolle des Films in der musischen Erziehung der allgemeinbildenden Oberschulen*, în: „Film, Fernsehen, Filmerziehung”, Berlin, Volk und Wissen Volkseigener Verlag, 1967.
55. Féray, Guy, *La télévision et les élèves des C.E.G. et C.E.J. de l'agglomération bordelaise*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
56. * * * *Filosofskie i sofiologhiceskie problemî naucinotekhniceskoi revoluții*, în: „Vaprosî filosofii”, nr. 4, 1969.
57. Fischer, E., *Necesitatea artei*, (traducere), București, Editura Meridiane, 1968.
58. Fleancu, Gheorghita, *Funcția educativă a televiziunii*, în: „Revista de pedagogie”, nr. 12, 1967.
59. Fleancu, Gheorghita, *Televiziunea și influența ei asupra tineretului școlar*, în: „Revista de pedagogie”, nr. 11, 1966.
60. Fleming, Edward, *Dzieci i telewizja*, în: „Problemy opiekuńczo-wychowawcze”, nr. 3, 1963.

61. Fouchet, Christian, *Radio-Télévision éducative*, în: „L'éducation nationale”, nr. 821, 1967.
62. Freinet, C., *Les techniques audiovisuelles*, în: „L'educateur magazine”, nr. 11, 1966.
63. Freuch, Arthurs, *The perception of the pictures*, în: „Visual Education”, juin, 1965.
64. Friedmann, Georges, *La sociologie des communications de masse*, în: „Revue de l'enseignement Supérieur”, nr. 23, 1966.
65. Friedmann, G., *L'école parallèle*, în: „Le Monde”, nr. 7, 8, 11 și 12, ian., 1966.
66. Gantier, Hélène, *L'enfant et la télévision*, în: „L'éducation”, nr. 12, 1968.
67. Gazel, Jules, *Eléments d'une initiation au monde audiovisuel*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
68. Gheorghe, Elena, *Acțiunea cinematografului ca mass-medium*, în: *Contribuții la sociologia culturii de masă*, (sub red. M. Cernea), București, Editura Academiei R.S.R., 1970.
69. Gherman, Tudor, *Emisiunile radiofonice de știință pentru copii, școlari și tineret*, în: „Colocvii”, nr. 11, 1967.
70. Gjesdal, Tor, *Le programme de L'UNESCO en matière de communication spatiales*, în: „Chronique de l'UNESCO”, nr. 11, 1970.
71. Glucksmann, André, *Rapport sur les recherches concernant les effets sur la jeunesse des scènes de violence au cinéma et à la télévision*, în: „Communications”, nr. 7, 1966.
72. Goodlad, John, *The future of learning and teaching*, în: „A. V. Communication Review”, nr. 1, 1968.
73. Günter, Hegele, *Les jeunes et la lecture. Enquêtes et réflexions sur les lectures et le loisir de la jeunesse*, în: „Bulletin de l'UNESCO à l'intention de bibliothèque”, nr. 4, 1969.
74. Halloran, D. J., *The Effects of Mass-Communication, with special Reference to Television*, Leicester, University Press, 1965.
75. *A Handbook of British Educational terms*, London, Toronto, Wellington, Sydney, George G. Harrap et. Co. Ltd., 1963.
76. Haroux, H., *Adolescence et loisir*, în: „Bulletin de psychologie scolaire et d'orientation”, nr. 2, 1963.
77. Herseni, Traian, *Psihologia culturii de masă*, în: *Psihologia și viața*, București, Editura științifică, 1969.

78. Herseni, Traian, *Coordonate ale culturii de masă*, în: *Psihologia culturii de masă* (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
79. * * * *L'information à l'ère spatiale*, (Le rôle des satellites de communication), Paris, UNESCO, 1968.
80. * * * *L'initiation cinématographique*, în: „Cahiers de documentation”, série pédagogique, 1967.
81. Ivanenko, A., *Semja, skola, kino i vospitanie nesoversennoletnih*, în: „Socialisticeskaja zakonnost”, nr. 7, 1970.
82. Joubrel, H., Bertrand, P., *Dicționar al educației în familie*, (traducere), București, Editura didactică și pedagogică, 1968.
82. bis. Karpov, G. V., Romanin, V. A., *Tehniceskie sredstva obuceniia*, Moskva, Prosvesceniie, 1966.
83. Koto, N. F., *Gluboko izuceat biudjet vneurocinogo vremeni uceașciusea*, în: „Sovetskaia pedagogika”, nr. 5, 1968.
84. Krasnaseschi, Vl., *Presă și educație*, în: „Revista de pedagogie”, nr. 12, 1969.
85. Larionescu, Maria, *Mecanismul social al culturii de masă: aspecte metodologice*, în: *Structura procesului cultural de masă*, (sub red. H. Culea), București, Editura Academiei R.S.R., 1971.
86. Lefranc, Robert, *Les moyens audio-visuels*, *Encyclopédie pratique de l'éducation en France*, Paris, Société d'Édition Dictionnaires et Encyclopédies, 1960.
87. Lemaire, M., *Les adolescents et la chansons*, în: *L'adolescence*, Paris, Bloud et Gay, 1969.
88. Lengrand, Paul, *Introduction à l'éducation permanente*, Paris, UNESCO, 1970.
89. Lerbet, Georges, *Loisir des jeunes*, Paris, Édition Universitaires, 1967.
90. Lescène Jean-Louis, *La télévision ne tuera pas la cinéma pour enfants*, în: „L'éducation nationale”, nr. 11, 1968.
91. Lorilloux, M., *Famille et télévision*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
92. Madonet, Y., *Les adolescents et leur presse*, în: *L'adolescence*, Paris, Bloud et Gay, 1969.
93. Maheu, René, *Civilizația universalului*, (traducere), București, Editura științifică, 1968.
94. Maheu, René, 1970 — *Anul internațional al educației*, (mesaj), în: „Buletin al Comisiei naționale a R.S.R.”, nr. 1, 1970.
95. Majewski, Albert, *Un sondage des Cahiers pédagogiques*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
96. Maletzke, Gerhard, *Psychologie der Massenkommunikation*, Hamburg, Verlag Hans Bredow Institut, 1963.
97. Mansurov, N. S., Lunkov, Iu. G., *Vliianie pressî na uceașciuiusea molodioj*, în: *Sovetskaia pedagogika*, nr. 9, 1967.
98. Marquet, Pierre, B., *Le phénomène „télévision”*, în: „L'éducation nationale”, nr. 775, 1966.
99. Martin, Marc, *Des adolescents désarmés*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
100. Martin, Marcel, *Le langage cinématographique*, Paris, Les éditions du C.E.R.F., 1965.
101. McLuhan, Marshall, *Pour comprendre les media*, Montréal, Ed. H.M.H., 1968.
102. Mialaret, Gaston, *Psychopédagogie des moyens audiovisuels dans l'enseignement du premier degré*, Paris, P.U.F., 1964.
103. Mialaret, Gaston, *La prétendue „action psychologique”*, *Presse, Radio, Cinéma, TV.*, în: Denis, Huisman, *Encyclopédie de la psychologie*, Tome 2, Paris, Fernand Nathan, 1962.
104. Mitry, Jean, *Esthétique et psychologie du cinéma*, Vol. 1—2, Paris, Ed. Universitaires, 1963.
105. Marin, Edgar, *Adolescents en transition*, în: „Revue française de sociologie”, nr. 4, 1966.
106. Narti, M. A., *Contribuția cinematografiei la educația estetică*, în: *Educația estetică prin artă și literatură*, București, Editura Academiei R.S.R., 1964.
107. Negri, Antino, *Mass-media e comunicazioni di massa*, în: „I Problemi della pedagogia”, nr. 1 și 2, 1970.
108. Nicolau, Edmond, *Omul informațional*, Iași, Editura Junimea, 1971.
109. Norlin, Sven, *Cîteva efecte ale educației cinematografice*, în: „Screen Education”, nr. 42, 1968.
110. Oproiu, Ecaterina, *Cultura video și audio în raport cu personalitatea umană*, în: „Educația pionierească”, iunie, 1970.
110. bis. Orlov, N. N., *Na golubîh ekranah Ukrainî*, în: „Vestnic vișsei školi”, nr. 26, 1968.
111. Pavelcu, Vasile, *Invitație la cunoașterea de sine*, București, Editura științifică, 1970.

112. Pesce, Alberto, *Problematica dei bisogni e linguaggio audiovisivo*, în: „Scuola e didattica”, nr. 11, 1968.
113. Poenaru, Romeo, *Presa ca mijloc de educație neglijat*, în: „Educația pionierească”, octombrie 1970.
114. Percek, Arcadie, *Homo Artifex*, în: „Contemporanul”, ianuarie, 29, 1971.
115. Planque, Bernard, *Des professeurs et des machines*, în: „L'éducation nationale”, nr. 842, 1967.
116. * * * *The Reader's Digest Great Encyclopedic Dictionary, Second Printing*. Pleasantville, New-York, The Reader's Digest Association, 1967.
117. * * * *Répercussions sociales du Film et de la Télévision sur les Jeunes*. UNESCO, 1963.
118. Repusseau, Jean, *Éducation et violence*, în: „Revue française et pédagogie”, nr. 16, 1971.
119. Rosenthal, Raymond, *Mass-media și criza civilizației*, în: „Secolul XX”, nr. 6, 1970.
120. Rousselet, Jean, *Adolescentul — acest necunoscut*, (traducere), București, Editura politică, 1969.
121. Rudy, Willis, *Schools in an age of mass culture*, Prentice Hall, 1965.
122. Russel, Bertrand, *Unsere zukunft und die wissenschaftliche zivilisation*, în: „Universitas”, nr. 11, 1969.
123. Salade, Dumitru, *Autoeducația și autoinstruirea în bugetul de timp liber*, în: „Revista de pedagogie”, nr. 8, 1968.
124. Salade, D., Ciurea-Codreanu Rodica, *Potențele educative ale mijloacelor audio-vizuale*, în: „Revista de pedagogie”, București, nr. 3, 1967.
125. Schifirneț, C., *Teatrul și timpul liber al tinerilor*, în: *Teatrul și tineretul*, București, Centrul de cercetări pentru problemele tineretului, 1970.
126. Schorb, Alfons, Otto, *Schule und Lehrer an der Zeitschwelle*, Stuttgart, Verlag Ernst Klett, 1962.
127. Schramm, W., *The effects of television on children and adolescents*, New-York, UNESCO, 1964.
128. Schramm, W., Lyle, J., Parker, E., *Television in the Life of our Children*, Stanford California, University Press, 1961.
129. Sorrientino, Giorgio, Luca, *La scuola parallela*, în: „Contemporaneo”, nr. 1, 1966.

130. Steriade, Ștefania, *Cinematograful și publicul său*, în: *Psihosociologia culturii de masă*, (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
131. Steriade, Ștefania, *Puncte de vedere privind asimilarea culturii de masă*, în: *Contribuții la sociologia culturii de masă*, București, Editura Academiei R.S.R., 1970.
132. Stoian, Stanciu, *Educație și societate*, București, Editura politică, 1971.
133. Stroevea, A., S., *Deti, Kino, televidenie*, Moskva, Izdatelstvo „Znanie”, Seria pedagogika, 1962.
134. Tardy, Michel, *Le professeur et les images*, Paris, P.U.F., 1966.
135. Tarroni, Evelina, *Ragazii, radio e televisione*, Bologna, Ed. G. Malipiero, 1960.
136. Tarroni, Evelina, *Nuovi orientamenti degli studi sulle comunicazioni di massa*, în: „I problemi della pedagogia”, nr. 4, Roma, 1969.
137. Taufour, B., *Les adolescents et l'écran: Cinéma, télévision*, în: *L'adolescence*, Paris, Bloud et Gay, 1969.
138. Tănase, Alexandru, *Introducere în filozofia culturii*, București, Editura științifică, 1968.
139. * * * *Televidenie v škole*, (pod. red. M. P. Cașin), Moskva, 1967.
140. * * * *La télévision et l'enfant; Entretien avec des parents et des éducateurs*, în: „Media”, nr. 12, 1970.
141. * * * *La télévision, fait social*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
142. * * * *Televiziunea ca mijloc de învățămînt*, (sub red. G. Văideanu și Al. Gheorghiu), București, Editura didactică și pedagogică, 1971.
143. Thibout, Anne-Marie, *Le pédagogue face aux images*, în: „Cahiers pédagogiques”, nr. 69, 1967.
144. * * * *Timpul liber și sociologia lui*. Interviu cu J. Dumazedier, realizat de I. Aluaș, în „Tribuna”, nr. 34, 1966.
145. Todoran, Dimitrie, *Autoperfecționarea continuă, ca cea de-a doua „identitate” a pedagogului*, în: „Educația pionierească”, nr. 9, 1970.
146. Todorovici, Alexander, *Film kao faktor maloletnog pre-stupnistva*, în: „Pedagogija”, nr. 1, 1969.
147. Toti, Gianni, *Timpul liber*, București, Editura politică, 1965.

148. Trancă, Dumitru, *Cartea — implicații sociale*, în: *Psihosociologia culturii de masă*, (coord. Tr. Herseni), București, Editura științifică, 1968.
149. Tröger, Walter, *Der Film und die Antwort der Erziehung*, München, Basel, Ed. Ernst Reinhardt Verlag, 1963.
150. Văideanu, George, *Cultura estetică a școlarului*, București, Editura didactică și pedagogică, 1967.
150. bis. * * * *Vaprosi školnovo televidenia* (pod. red. Boborîkin, D. A., Stepanov, A. A.), Leningrad, 1969.
151. Vasilescu, Anton, *Timpul liber al adolescentului*, (Lucrare de doctorat), București, 1971.
152. Vogg, Günther, *Forschungsarbeit auf dem Gebiet der Massenmedien*, în: „Internationale zeitschrift für Erziehungswissenschaft“, UNESCO, nr. 1, 1967.
153. Volpicelli, Luigi, *L'educatione contemporanea. Aspetti e problemi*, Vol. 1—2. Quarta edizione, Roma, Armando Armando Editore, 1969.
154. Wald, Henri, *Vizual și auditiv în cultură*, în: „Revista de filozofie“, nr. 11, 1969.
155. Wald, Henri, *Mass-media în concepția lui McLuhan*, în: „Viața românească“, nr. 12, 1969.
156. Witty, Paul, *Studies of the mass-media, 1949—1965*, în: „Science education“, nr. 2, 1966.
157. Zborovski, G. E., Orlov, G. P., *Pravilnoe ispolzovanie svobodnogo vremeni školnikov — odno iz sredstv vospitania*, în: „Sovetskaia pedagogika“, nr. 6, 1966.



Nr. colilor de tipar: 13,25

Întreprinderea poligrafică „Crișana“
Str. Moscovei nr. 5 — Oradea
Republica Socialistă România
Comanda nr. 475/6 795

